

SOMOS

PASTO DE CAMPEONES

El Estadio Azteca, donde Pelé y Maradona levantaron la Copa del Mundo, se prepara para volver a hacer historia. Somos viajó a México para conocer cómo vive el país la cuenta regresiva hacia el Mundial 2026.

Año XXXVIII / N.º 2061 / Prohibida la venta por separado de El Comercio / Foto: AFP

**EL BOOM DEL
COLECCIONISMO
Y DE LA VENTA
DE CAMISETAS
RETRO DE FÚTBOL
EN LIMA**

**EL INFLUENCER
QUE ESTÁ
LLENANDO DE
ÁRBOLES LOS
CERROS DE LA
CIUDAD**

club 
El Comercio

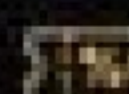


Pizzas, sándwiches y bebidas ideales para compartir.

El plan perfecto tiene sabor a Mamma Tomato. Disfruta con familia y amigos de algo rico con Club El Comercio.

30%
dto.

en la carta
de salón y web

 Genera tu cupón en la web/app Club El Comercio y preséntalo en caja junto a tu DNI o ingresalo en el checkout de mammatomato.com.pe

 Válido con cualquier medio de pago.

 Úsalo las veces que quieras.



Nueva App Club El Comercio

Una app con mucho +

Disfruta **más de 350 beneficios**
para usar y repetir cuando quieras.
Escanea el QR y obténla ya.



Válido también para suscripciones de Cargo Gestión. Aplican términos y condiciones.

Pasó esta semana

◆◆ **¿Llegó el invierno?** Después de unos días soleados en mayo y mientras esperábamos la clásica garúa limeña, por fin se asomó el invierno. La capital reportó neblina, llovizna, sensación de frío y hasta olor a mar desde el inicio de la primera semana de junio. Sin embargo, el Senamhi reportó que se trata de un frío temporal por un vórtice costero de niveles bajos y que las temperaturas cálidas permanecerán a causa de El Niño costero.



◆◆ **Olas desenfrenadas.** El balneario de San Bartolo vivió unas horas de alerta por la aparición de un forado de gran tamaño en la pista de la vía principal del malecón a causa de un fuerte oleaje. El fenómeno ha generado, además, desprendimiento de rocas y grietas. El tránsito fue restringido.

“
ESTE ES EL MOMENTO MÁS
OSCURO QUE YO HE VIVIDO EN
ESTE PLANETA. ¿QUIÉN HABRÍA
PENSADO QUE EE.UU. DARÍA
ESTE GIRO? ¿QUIÉN HABRÍA
PENSADO QUE UN MANÍACO SERÍA
PRESIDENTE?”

Richard Gere
ACTOR

El recordado galán de Hollywood tuvo palabras fuertes contra el presidente de Estados Unidos



Maternidad deseada

LA PROTAGONISTA DE “STRANGER THINGS”, MILLIE BOBBY BROWN, REFLEXIONÓ SOBRE SU MATERNIDAD TRAS SU EXPERIENCIA DE ADOPCIÓN EN 2025. “NADIE ME PREPARÓ PARA EL AMOR QUE SENTIRÍA”, DIJO.



◆◆ **Cada vez menos bebés.** Los resultados de los Censos Nacionales 2025 revelaron que la tasa de fecundidad en el Perú cayó a 1,7 hijos por mujer, el nivel más bajo registrado en la historia del país. Décadas atrás, las familias peruanas tenían en promedio siete hijos.

8 Embajadores peruanos

EN PAÍSES COMO ESTADOS UNIDOS, ESPAÑA, INDIA, FRANCIA Y COSTA RICA FUERON RETIRADOS DE SUS FUNCIONES ENTRE EL LUNES 1 Y EL MARTES 2 DE JUNIO POR EL EJECUTIVO.

50 mil

VOLUNTARIOS TENDRÁ LA COPA MUNDIAL DE FÚTBOL 2026. POSTULARON MÁS DE 1 MILLÓN DE PERSONAS CON EDADES ENTRE 18 Y 80 AÑOS.

3 temporadas

DURÓ LA SERIE “EUPHORIA” QUE LLEGÓ A SU FINAL, OFICIALMENTE, EL DOMINGO PASADO DESPUÉS DE 7 AÑOS Y 26 EPISODIOS, ASÍ LO CONFIRMÓ LA CADENA HBO.

◆◆ **En disputa.** La famosa Casita de Bad Bunny —esa réplica rosa que el artista puertorriqueño lleva de gira y que sus fans sueñan con visitar en los conciertos— está en el ojo de la tormenta. El dueño de la casa original que inspiró el diseño asegura que nunca autorizó la réplica y ha demandado al cantante por 6 millones de dólares.



Contenido

06/06/26



14

Hacia una revolución verde

Desde sus redes sociales e inspirado en un futuro con sombra para todos, Jean Carlos Torres, conocido como “el chico de las plantas”, reúne voluntarios, vecinos y especialistas para reverdecer los cerros de Lima.

10

La hora de Olivia Dean

La joven cantante londinense Olivia Dean está atravesando su mejor momento ubicándose en la cima de las listas musicales. Hoy, reflexiona sobre la fama.



40

El regreso de He-Man

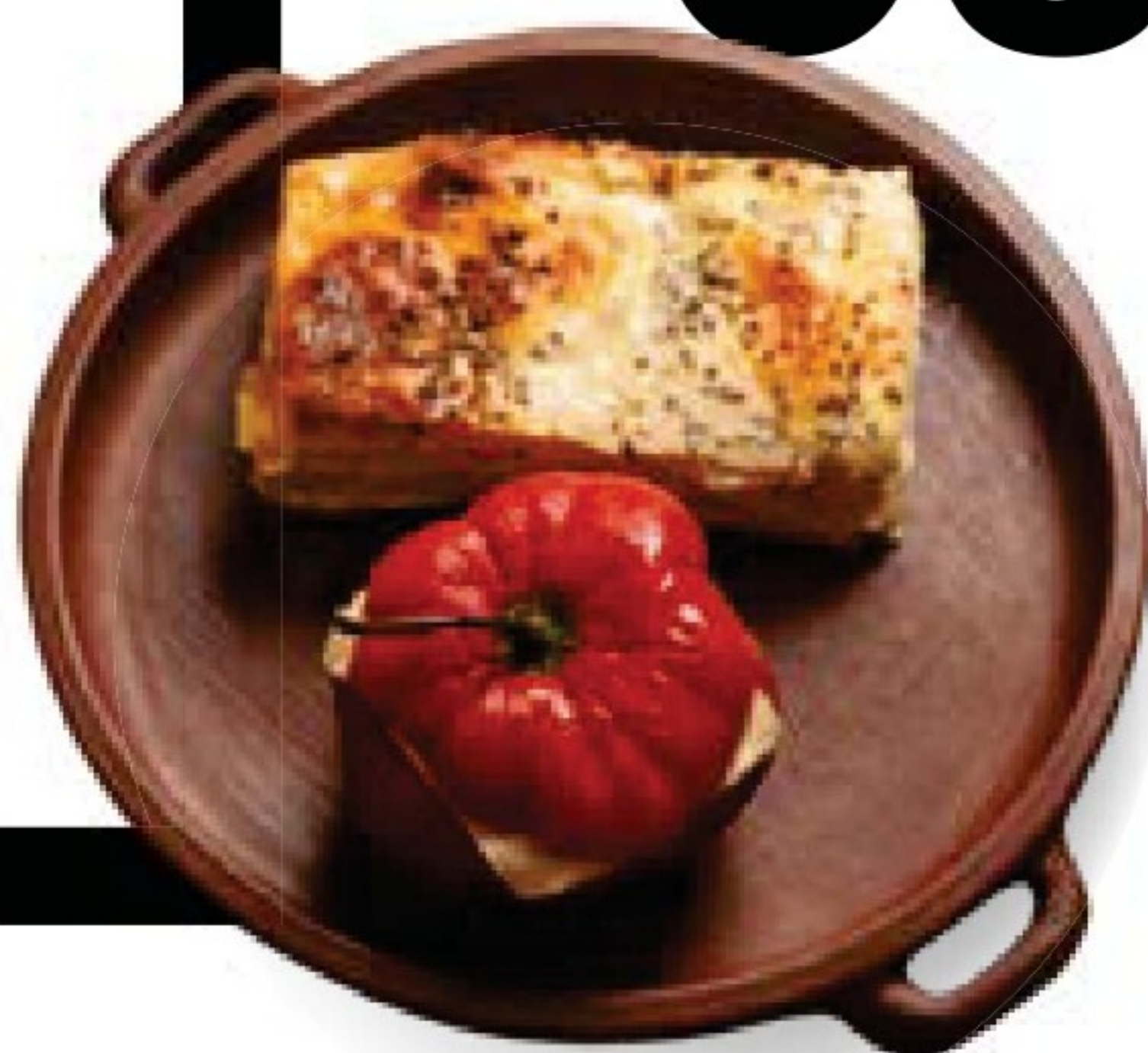
El icónico y musculoso hombre de acción de los ochenta, He-Man, vuelve a la pantalla grande con todo su universo en “Masters of the Universe”, dispuesto a conquistar a las nuevas generaciones.



06

Encuentro con Mollendo

El nuevo restaurante arequipeño, Pálpito de Luciano Saco, evoca la tradición andina y se sumerge en el mar de Mollendo, así como en sus colores.



- 05. Fotonoticia
- 08. Maca Wellness
- 12. Guía Día del Padre
- 18. Premios Somos: huariques
- 20. Barman Antonio Esteves
- 22. Paul McCartney
- 26. Circo Beat
- 46. Muñecas japonesas
- 49. Astrología

SOMOS

Director periodístico:

Juan Aurelio Arévalo
Miró Quesada

Editor:

Juan Carlos Fangacio
juan.fangacio@comercio.com.pe

Redactores:

Óscar García
oscar.garcia@comercio.com.pe

Jorge Chávez Noriega
jorge.chavez@comercio.com.pe

Celeste Pérez
maria.perez@comercio.com.pe

Diana Gonzales
diana.gonzales@comercio.com.pe

Colaboradores:

Víctor Idrogo, Úrsula Acuña,
Verónica Calderón, Maca Wellness

Corrección de estilo:

Yamileth Latorre

Coordinadora Somos Web:

Melvyn Arce

FOTOGRAFÍA

Editor: Richard Hirano

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Editor:

Norman Del Mar Zárate

Administración:

Aracely Filio

Prensa digital:

Empresa Editora
EL COMERCIO S. A.

Impresión:

Amauta Impresiones
Comerciales S. A. C.

Distribución:

Empresa Editora
EL COMERCIO S. A.

INSTAGRAM

@somoselcomercio

REDACCIÓN

Jr. Santa Rosa N.º 300, Lima.
311-6500.

PUBLICIDAD

Claudia Amaya
claudia.amaya@comercio.com.pe

Calle Paracas N.º 532,
Pueblo Libre - Lima.
Teléfono: 311-6500, anexo 2117.
Hecho el depósito legal 992605. Se
distribuye gratuitamente
los días sábados con la edición
de EL COMERCIO. El contenido de
esta revista no puede ser reproducido
total ni parcialmente sin permiso de
los editores.



CONTINÚAN LOS TRABAJOS EN EL JARDÍN SUR DE LA CASA BLANCA, EN EE.UU., PARA EL EVENTO DE ARTES MARCIALES MIXTAS UFC FREEDOM 250.

GOLPES EN LA CASA BLANCA

La imagen parece salida de una película de acción o de una simulación digital, pero es completamente real. Frente a la Casa Blanca, uno de los edificios más reconocibles del planeta y símbolo del poder político estadounidense, decenas de trabajadores avanzan con la construcción de una enorme estructura destinada a albergar UFC Freedom 250, una función especial de artes marciales mixtas que se realizará el próximo 14 de junio.

La escena resulta llamativa por el contraste que plantea. Donde habitualmente se desarrollan ceremonias oficiales, recepciones diplomáticas y encuentros entre líderes mundiales, hoy se levantan graderías, pantallas gigantes y una estructura diseñada para recibir el octágono más famoso del deporte de combate.

El evento forma parte de las celebraciones por los 250 años de la independencia de Estados Unidos, coincide con el Día de la Bandera y el cumpleaños número 80 del presidente Donald Trump. La velada reunirá a miles de asistentes en el Jardín Sur de la Casa Blanca, un espacio que rara vez se asocia con espectáculos deportivos de esta naturaleza.

La fotografía también llega en medio de la controversia. Esta semana, Trump habló sobre la posibilidad de mantener la estructura instalada durante más tiempo del previsto e incluso la comparó con la Torre Eiffel. Mientras continúan los trabajos de montaje, la imagen ya se ha convertido en noticia por sí sola: una jaula de combate frente al corazón político de Estados Unidos, una postal difícil de imaginar hasta hace unos años.



MARISSA CHIAPPE

FOTOS:
RICHARD HIRANO

Gastronomía

Pálpito: La otra Arequipa

Dirección: Narciso de la Colina 674, Surquillo

📞 902 546 603

📱 @palpito.lima

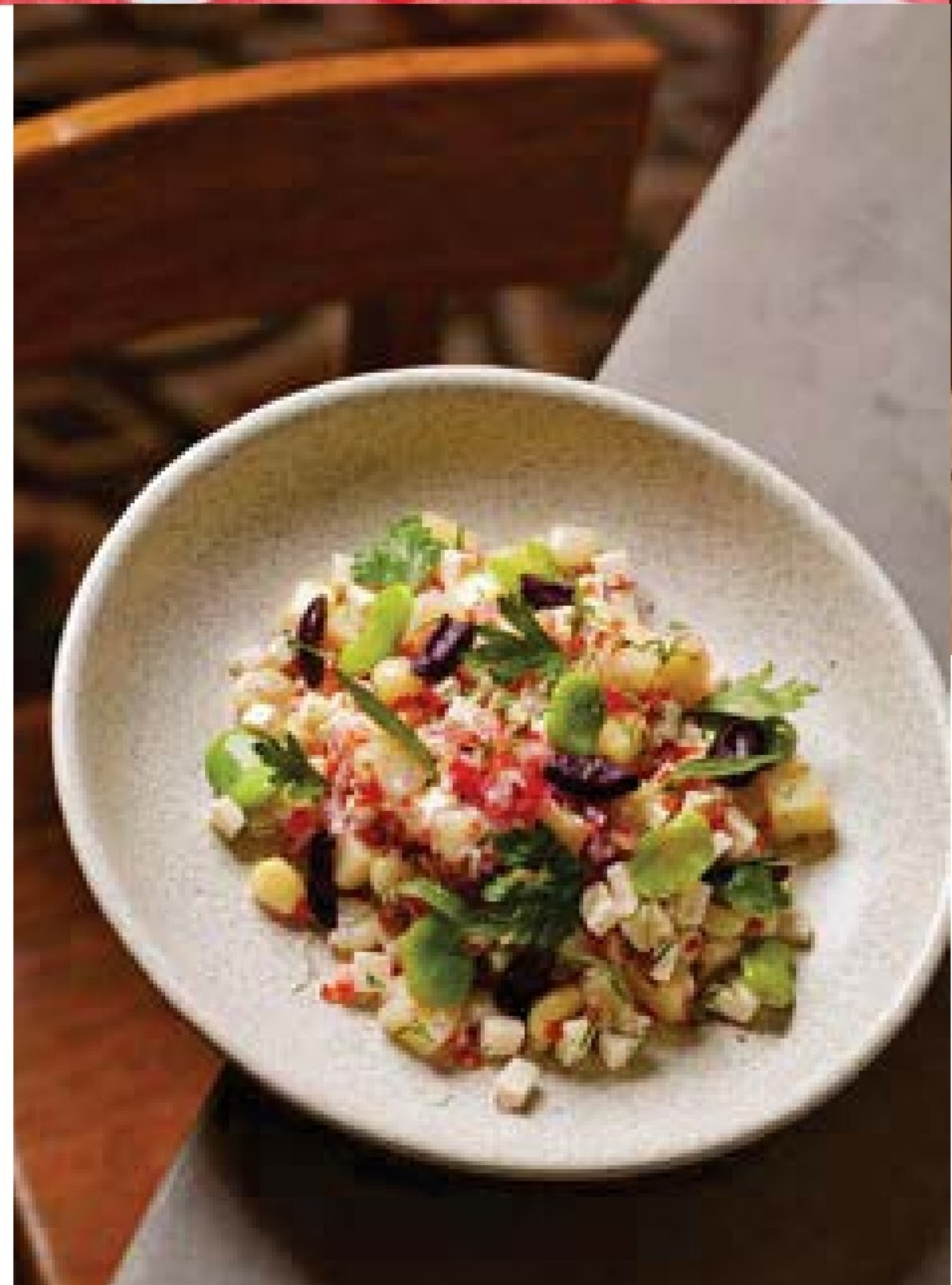
Luciano Saco abre Pálpito, su segundo restaurante, con la cocina de Mollendo que Lima no conocía.

Cuando se habla de cocina arequipeña en Lima, el mapa mental es siempre el mismo: rocoto relleno, chupe de camarones, adobo y una ocopa. La Arequipa que llega a la capital es la de la ciudad, la andina, la de las picanterías del Centro Histórico. Lo que nadie cuenta es que Arequipa también tiene costa y que esa costa tiene una cocina propia.

Luciano Saco lo sabe porque creció ahí. Psicólogo de formación, cocinero por decisión, aprendió a cocinar al lado de su abuela Berta, en Mollendo, el puerto arequipeño que vive de espaldas a la fama

gastronómica de la región. La carta de Pálpito —su segundo restaurante, después de Rastro— lleva una dedicatoria en la parte superior: “A Berta, con cariño”.

Lo que Mollendo come es distinto a lo que Arequipa presume. El perol mollendino (fresquísimas lapas servidas con papas y ocopa), el cebiche de erizos, el arroz con mariscos y las lapas arrebozadas: una cocina de puerto marcada por el sur del Pacífico, con sabores más directos, más salinos, menos barrocos que los de la sierra. Saco los recupera sin traducirlos para el paladar limeño, que es la tentación habitual cuando



IZQ.: ROCOTO RELLENO
CON PASTEL DE
PAPAS, UNO DE LOS
PLATOS EMBLEMAS DE
AREQUIPA.

ABAJO: EL PEROL
MOLLENDINO,
ELABORADO CON
LAPAS Y SERVIDO CON
OCOPA Y PAPAS.



LOCRO DE PECHO, UN
CLÁSICO AREQUIPEÑO EN
TODAS LAS MESAS.

SOLTERITO: SEGÚN LA
TRADICIÓN POPULAR, ES
EL PLATO QUE COMÍAN LOS
SOLTEROS POR SER FÁCIL
DE PREPARAR.

Para tomar nota

LOS POSTRES

El final tiene que ser arequipeño y no puede faltar el queso helado con la dosis justa de canela. También ofrece tocino del cielo, un postre de origen español hecho a base de yemas y almíbar. Se parece a un flan, pero es más denso y un poco más dulce.

EN LA BARRA

No falta la tradicional Kola Escocesa, un buen negroni y un cóctel con pisco de Majes, jarabe de rocoto y huacatay. La barra funciona. Donde hay una deuda pendiente es en la carta de vinos: austera, genérica, sin los vinos arequipeños que existen y que aquí tendrían todo el sentido.



LUCIANO SACO ES PSICÓLOGO
CLÍNICO DE PROFESIÓN Y COCINERO
POR VOCACIÓN.

un cocinero del interior llega a la capital. No los suaviza, no los estiliza. Los sirve como son.

Esa fidelidad es su mayor virtud y también su apuesta más clara. El chicharrón de mariscos —pulpo, lapas, calamar— viene de las lapas arrebozadas que se comen en Mollendo. También hay platos del repertorio más conocido de Arequipa. Escribano, solterito y un rocoto relleno acompañado de pastel de papas; clásicos bien ejecutados, sin correcciones innecesarias. Algo que dice más sobre el cocinero que cualquier técnica importada. El rocoto relleno pica lo justo y el pastel amortigua con suavidad. Luciano usa la técnica de su abuela: hervir el rocoto tres veces con vinagre y azúcar. Y para el pastel utiliza queso paria puneño, porque es menos salado que el arequipeño.

Entre los platos del repertorio menos conocido aparece el locro de pecho, difícil de encontrar en Lima. Saco también se permite alguna licencia: el cebiche Pálpito —mariscos del sur, leche de tigre con ajíes morroneados, chimichurri de guiñapo, huacatay y hierbabuena— escapa de la tradición sin traicionarla. Las notas ahumadas y herbales lo alejan del cebiche clásico, pero no del todo de Arequipa.

Saco es apasionado y eso se nota en sus platos: los sabores son intensos, sin disculpas. La cocina arequipeña, con su tendencia al ají, a los fondos largos, a los contrastes fuertes, parece hecha para él.

Pálpito no es un restaurante que busque sorprender con giros conceptuales. Es un restaurante que apuesta por hacer bien lo que otros no se han tomado el trabajo de recuperar. A veces las enseñanzas de una abuela valen más que cualquier diploma. //

Bienestar

MACA
BUSTAMANTE
@macawellness



LA NUTRICIÓN CUMPLE UN PAPEL CLAVE DURANTE LA PERIMENOPAUSIA: PRIORIZAR PROTEÍNAS, FIBRA Y ALIMENTOS DE CALIDAD PUEDE FAVORECER LA SALUD HORMONAL Y METABÓLICA.



FOTOS: ISTOCK

Cambios de humor, problemas de sueño, aumento de grasa abdominal o ciclos irregulares pueden ser señales de una transición hormonal que suele pasar desapercibida. Qué es la perimenopausia y cómo afrontarla mejor.

La perimenopausia empieza antes de lo que crees: las señas que ignoramos



MUCHAS MUJERES ATRIBUYEN LA FATIGA AL ESTRÉS O AL EXCESO DE TRABAJO, CUANDO PUEDE ESTAR RELACIONADA CON LOS CAMBIOS HORMONALES DE LA PERIMENOPAUSIA.

Si te dijera la palabra menopausia, probablemente pensarías en una mujer de 50 años o más. Pero hay una etapa previa, mucho menos conocida y mucho más silenciosa, que puede empezar incluso a los 30 o 40 años. Y aquí está el problema: muchas mujeres la están atravesando sin saberlo. Te presento a la perimenopausia.

La perimenopausia es la transición natural hacia la menopausia. Puede durar varios años y se caracteriza por fluctuaciones hormonales, especialmente de estrógeno y progesterona. Y la palabra clave aquí es fluctuaciones. No es que las hormonas desaparezcan de un día para otro; suben, bajan y se comportan de maneras que pueden hacer que el cuerpo se sienta distinto.

Los síntomas pueden variar desde cansancio, cambios de humor, problemas para dormir y aumento de grasa abdominal, hasta ciclos menstruales más irregulares. Solemos culpar al estrés, al trabajo, a los hijos, a la falta de vacaciones o simplemente a “hacerse mayor”. Y sí, aunque todos esos factores pueden influir, también podrían ser señales de que las hormonas están empezando a cambiar. Por eso

es importante entender qué hacen estas hormonas para poder transitar mejor esta etapa.

Los estrógenos participan en mucho más que la salud reproductiva. Influyen en el cerebro, el metabolismo, la sensibilidad a la insulina, la salud cardiovascular, la masa muscular y la salud ósea. Cuando empiezan a fluctuar, todo ese sistema puede sentirse diferente. Aquí es donde la nutrición se convierte en una herramienta para acompañar la transición.

Durante esta etapa, la prioridad no debería ser comer menos, sino nutrir mejor. En este sentido, la proteína cobra importancia para proteger la masa muscular, que es uno de los principales predictores de salud y longevidad. La fibra ayuda a regular la glucosa, apoyar la microbiota y favorecer la eliminación adecuada de hormonas a través del intestino. Las grasas saludables, como las del pescado, las nueces o el aceite de oliva, aportan compuestos fundamentales para la salud hormonal y cerebral.

Y hablando de microbiota, cada vez sabemos más sobre la conexión entre el intestino y las hormonas. Existe incluso un grupo de bacterias conocido como el estroboloma, encargado de participar en el metabolismo de los estrógenos. Una microbiota diversa y saludable

puede influir positivamente en este equilibrio hormonal y hacer que los síntomas sean más llevaderos o incluso mínimos. Pero la nutrición es solo una parte de la ecuación.

El ejercicio de fuerza, el sueño y la gestión del estrés también son pilares fundamentales. De hecho, muchas de las estrategias que promueven una mejor transición hacia la menopausia son las mismas que favorecen una vida más larga y saludable. Y quizás ahí está el mayor cambio de perspectiva: la perimenopausia no es el comienzo del deterioro; es una invitación a empezar a cuidar tu salud de una forma más estratégica.

Al final, se trata de comprender que existe esta etapa previa de cambios, y que podemos, a través del estilo de vida, ayudar a regular los síntomas y mejorar nuestro bienestar.

Los cambios hormonales en las mujeres no tienen por qué ser una sentencia, sino más bien una oportunidad para crear y sostener hábitos que se conviertan en un estilo de vida y nos permitan llegar a la menopausia en mejores condiciones.

Recuerda que la longevidad no se construye a los 70 años; se construye con las decisiones que tomamos mucho antes. Y escuchar estas señales no es exagerar; es darle a tu cuerpo la atención que merece para que pueda seguir acompañándote durante muchos años más. //

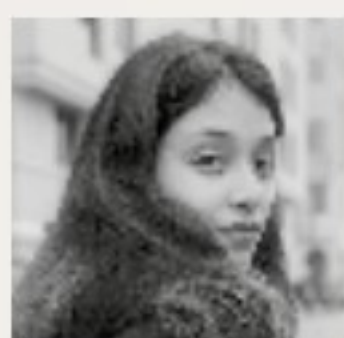


Si notas cambios en tu sueño, ánimo o ciclo menstrual, no los normalices. Llevar un registro de síntomas puede ayudarte a conversar mejor con tu médico.

JUNTO CON UNA BUENA ALIMENTACIÓN Y UN DESCANSO ADECUADO, EL EJERCICIO DE FUERZA ES UNO DE LOS PILARES PARA AFRONTAR MEJOR LOS CAMBIOS HORMONALES.



OLIVIA DEAN



POR:
**CELESTE
PÉREZ**



1. LA ARTISTA HA REVELADO QUE UNO DE LOS PUNTOS DE PARTIDA PARA LA CREACIÓN DE SU ÁLBUM FUE EL LIBRO "ALL ABOUT LOVE", DE BELL HOOKS.

2. CON UN GRAMMY Y CUATRO PREMIOS BRIT, OLIVIA DEAN SE CONSOLIDA COMO UNA DE LAS VOCES ACTUALES MÁS FASCINANTES DE LA MÚSICA BRITÁNICA.

1/

♦ **Música**

El

Olivia Dean está viviendo el tipo de año con el que sueñan muchos artistas. Un Grammy a mejor artista nueva, cuatro premios BRIT —incluido álbum del año— y una gira que la llevará a presentarse seis veces en el O2 Arena de Londres son pruebas suficientes para señalarla como una de las cantantes más prometedoras de su generación. Sin embargo, cuando habla de todo ello, la cantante británica mantiene el cable a tierra y esa transparencia que ya muchos admiran. “La verdad, solo me gusta la atención cuando estoy cantando”, confiesa entre risas durante esta entrevista. “Cuando estoy hablando, me da vergüenza”, añade, como si aún no asimilara que esta es su nueva realidad como estrella internacional, una que además reúne cerca de 55 millones de oyentes al mes en Spotify.

Esa aparente contradicción —la de una estrella que todavía se sonroja ante los reflectores— es parte del encanto de Dean. Su música ha conquistado a miles porque se siente cercana, humana y profundamente honesta. No hay poses exageradas ni discursos prefabricados. Lo suyo es real: canciones que hablan de amor, pérdida, amistad y crecimiento personal con una sensibilidad que parece cada vez más rara en tiempos de sobreexposición y rapidez.

CONEXIÓN GENUINA

Su segundo álbum, “The Art of Loving”, es quizás el mejor ejemplo de ello. Inspirado por el libro “All About Love”, de la escritora Bell Hooks, el disco nació a partir de una pregunta tan simple pero poderosa: ¿qué significa amar bien? Para

La cantante londinense Olivia Dean atraviesa el mejor momento de su carrera tras el éxito de “The Art of Loving”. En esta íntima conversación, reflexiona sobre la fama, la creatividad y la importancia de mantenerse fiel a una misma en medio del reconocimiento global.

arte de amar

Dean, la respuesta implicó mirar hacia dentro. “Fue la primera obra que realmente cambió mi manera de entender el amor. Se convirtió en mi biblia”, cuenta sobre el proceso.

Más que un álbum romántico, el proyecto funciona como una exploración de los vínculos humanos. Hay canciones sobre relaciones, sí, pero también sobre la compasión, el cuidado y la manera en que nos relacionamos con los demás. “A veces pensamos que las otras personas son solo personajes en nuestra vida. Y eso nos vuelve descuidados. Hace falta más cuidado y compasión en cómo miramos a los demás”, reflexiona.

Olivia no suele buscar inspiración en grandes acontecimientos. Ella prefiere las conversaciones cotidianas, las frases que hacen reír a sus amigos. “Me gusta la especificidad”, explica. “Muchas veces las cosas más particulares terminan siendo las más universales”, algo que se traduce en la popularidad de su disco.

La autenticidad es un valor que también protege dentro del estudio, junto a su equipo. Antes de pensar en arreglos, referencias o tendencias, la artista necesita saber si una canción funciona por sí sola, desnuda, solo por su composición. “Si alguien pudiera tocarla únicamente al piano y siguiera emocionando, entonces sé que está lista”, dice.

Hay algo profundamente reconfortante en la forma en que Olivia Dean habla de su

‘Baby steps’

Olivia Dean confiesa que desde que tenía 15 años sabía que quería dedicarse a la música. Entre sus principales inspiraciones, destacan artistas como Aretha Franklin y Amy Winehouse, mientras que su alma mater, la prestigiosa BRIT School, resalta por ser el lugar donde también se formaron estrellas como Adele y Leona Lewis. Aunque su paso por Latinoamérica aún es una ilusión, vale la pena soñar con oír sus interpretaciones en vivo en un futuro cercano.



trabajo. Incluso después de compartir escenario con figuras como Sabrina Carpenter o recibir elogios de Stevie Wonder —quien le dijo que amaba una de sus canciones—, sigue describiendo la música con el entusiasmo de alguien que todavía no supera la emoción de escribir una buena melodía.

Cuando recuerda la creación de “I’ve Seen It”, una de las piezas más íntimas del álbum, la imagen parece salida de una película: una tarde de primavera, una guitarra, una taza de té y pájaros cantando en el jardín. La canción nació en poco más de una hora. La primera vez que la escuchó terminada, rompió en llanto. “Fue un momento muy

puro de amor”, apunta.

Quizás esa sea la palabra que mejor define el universo de Olivia Dean: su pureza. Esa capacidad de conectar con experiencias que todos hemos vivido alguna vez, a través de melodías imposibles de olvidar. Asimismo, cautiva también su convivencia con la fama, perfectamente equilibrada con su autenticidad en el día a día. “Voy a los Grammy y luego vuelvo a casa a plantar flores en mi balcón o a encontrarme con mis amigos. Extrañamente, me sigo sintiendo bastante normal”, dice.

En una industria que suele premiar la extravagancia, ella ha encontrado su lugar apostando por la honestidad. Una artista que canta sobre el amor, pero que también lo practica: en su música, sus relaciones y en la forma en que mira el mundo. “Si amas lo que haces, todo lo demás se vuelve más fácil”, concluye. //



Estilo de vida

Porque no hay un solo tipo de padre, esta guía reúne propuestas para distintos estilos de vida: desde los amantes del deporte hasta quienes disfrutan de los pequeños placeres cotidianos.



POR:
CELESTE PÉREZ

SORPRESAS PARA PAPÁ



Temporada futbolera

H&M presenta una colaboración inédita con la marca deportiva italiana LOTTO, para los papás amantes del fútbol, con piezas clásicas que son perfectas para looks casuales o de tribuna.

Dónde comprar: tiendas H&M y pe.hm.com desde el 18 de junio.

Instagram: @hm

Sonido potente

El parlante xboom Stage501 by will.i.am es una opción ideal para los papás amantes de la música y el karaoke. Posee iluminación AI que se sincroniza con la música, es resistente al agua y cuenta con un algoritmo AI que ajusta en tiempo real el ecualizador.

Dónde comprar:

[Lg.com/pe/](https://lg.com/pe/)

Instagram:

@lg_peru



Útil y necesario

La SwissTool Spirit X de Victorinox reúne múltiples herramientas en un formato de bolsillo, ideal para quienes siempre tienen una solución a mano. Incluye funda de cuero y, por el Día del Padre, una linterna Nebo de regalo.

Dónde comprar:

tiendas Victorinox y victorinoxstore.pe.

Instagram:

@victorinoxperu



Entretenimiento inmersivo

Ver los partidos desde casa puede sentirse como estar en el estadio con el videoproector EF-71 de Epson. Con proyecciones de hasta 150 pulgadas, sonido Bose y acceso a plataformas de streaming, es una opción ideal para quienes no se pierden ningún evento deportivo.

Dónde comprar:

disponible en tiendaepson.com.pe.

Instagram:

@epsonamerica



Tecnología y bienestar

Para el papá que siempre está en movimiento, el Apple Watch Ultra 3 combina una batería de larga duración, métricas avanzadas de entrenamiento y herramientas para monitorear la salud y el descanso.

Dónde comprar:

tiendas iShop y pe.tiendasishop.com.

Instagram:

@ishopperu



Goles en pantalla grande

Películas, series, eventos deportivos o videojuegos cobran vida gracias a la tecnología Mini LED y la calidad de imagen envolvente de la Xiaomi TV S Mini LED 75 2026. Una opción perfecta para celebrar el Día del Padre con horas de entretenimiento garantizadas.

Dónde comprar: disponible en mi.com/pe, Xiaomi Stores y distribuidores autorizados

Instagram: @xiaomi.peru.official



Míralo bien

Este Día del Padre, elige unos lentes de sol con materiales de alta calidad para un look que sea a la vez elegante e icónico. En la foto, una opción de Persol.

Dónde comprar: tiendas Sunglass Hut.

Instagram: @sunglasshut

Básico de armario

Un básico infalible para cualquier armario. Con visera precurvada, confección en algodón y el característico monograma de Levi's, esta gorra combina comodidad y estilo casual para acompañar cualquier plan de fin de semana.

Dónde comprar: tiendas Levi's y levi.pe.

Instagram: @levis



A tu salud

Inspirada en la Copa Mundial FIFA 2026, esta edición limitada de Don Julio 1942 destaca por su diseño dorado de colección y un tequila añejado por al menos dos años en barricas de roble blanco. Un regalo pensado para los amantes del fútbol y los grandes brindis.

Dónde comprar: la preventa de esta edición especial ya está disponible en G&G Home: gyghome.com.

Instagram: @tequiladonjulio



Pieza lúdica

Amaminerali sorprende con opciones decorativas con mucha personalidad. En la foto, un adorno de gorila dorado de resina con corazón y base de Ágata.

Dónde comprar: tienda física Amaminerali y amaminerali.com

Instagram: @amaminerali



La mesa está servida

Para el papá que disfruta de la buena mesa, la Boss Box de Ana Avellana y Booze Bar reúne un sandwich de roast beef con papas, un crocante de uva borgoña y el cóctel Plum Fiction. Una edición limitada pensada para celebrar con sabor.

Pedidos:

al WhatsApp 960 622 884, al correo pedidos@anavellana.com o al IG de Ana Avellana.

Instagram: @ana.avellana

Fragancia única

La fragancia más intensa de la familia Hero, equilibra suavidad y potencia.

Dónde comprar: tiendas físicas y web de Sentua.

Instagram: @sentua.pe



Una pasión vegetal

Inspirado por su pasión por las plantas y convencido de que la sombra no debería ser un privilegio, Jean Carlos Torres reúne voluntarios, vecinos y especialistas para reverdecer los cerros de Lima. Conoce la historia detrás del creador digital que sueña con una revolución verde.



POR:
**PIERINA
DENEGRI
DAVIES**

FOTO:
**JULIO
REAÑO**

En medio de las conversaciones sobre sistemas de riego, voluntariados y especies nativas, Jean Carlos Torres camina por un asentamiento humano de Villa María del Triunfo con el mismo accesorio que lo acompaña desde hace años: un sombrero como el de Luffy, protagonista del anime “One Piece”. No es un detalle menor. Para él, el personaje representa algo que valora profundamente: la perseverancia de quienes persiguen sueños que parecen imposibles.

Quizás por eso resulta fácil entender cómo un joven chalaco que estudió marketing, trabajó en una empresa de alfombras y empezó vendiendo plantas terminó convirtiéndose en uno de los rostros más reconocidos del activismo ambiental digital local.

Miles de personas lo conocen como “el chico de las plantas”. El nombre nació mucho antes de los videos virales o de los voluntariados. Cuando recorría distintos puntos ofreciendo plantas y realizando mantenimiento a domicilio, tocaba puertas y respondía lo mismo cuando preguntaban quién era: el chico de las plantas.

La frase se quedó. Con el tiempo también se convirtió en el nombre de sus redes

sociales y en una identidad que hoy reúne a una comunidad cada vez más amplia de voluntarios, ingenieros, vecinos y personas interesadas en construir una ciudad más verde.

La historia comenzó en el Callao. Jean Carlos creció cerca de los Barracones, una de las zonas más complejas del primer puerto. Mucho antes de liderar jornadas de arborización en los cerros de Lima, ya sentía fascinación por las plantas —una pasión heredada de su madre—, y por la posibilidad de transformar espacios a través de ellas. Tras dejar su trabajo para apostar por un emprendimiento propio, comenzó a vender plantas, a realizar mantenimiento y a compartir consejos en redes sociales.

Sin embargo, detrás del personaje que aparece en pantalla existe una persona bastante distinta a la que muchos imaginan.

“Piensan que soy muy sociable porque hago contenido, pero en realidad soy bastante tranquilo”, cuenta. Le gusta pasar tiempo en casa, escuchar música y ver anime. Entre sus gustos musicales aparecen bandas de rock, punk e independientes peruanas, una elección que suele sorprender a quienes lo asocian únicamente con plantas y jardines.

Jean Carlos sonríe cuando habla de esa diferencia entre la imagen pública y la privada. No porque exista una contradicción, sino porque

MÁS INFORMACIÓN

REGEN PERÚ ES LA ORGANIZACIÓN CREADA POR JEAN CARLOS PARA ARTICULAR EL TRABAJO DE VOLUNTARIOS. SI ESTÁ INTERESADO EN PARTICIPAR EN LAS JORNADAS, PUEDE VISITAR LAS REDES SOCIALES DE EL CHICO DE LAS PLANTAS (@ELCHICODELAS-PLANTAS).

ACOMPANAMOS A JEAN CARLOS
AL ASENTAMIENTO HUMANO
NUEVA VISTA, UBICADO EN
VILLA MARÍA DEL TRIUNFO, PARA
CONOCER EL PRIMER PROYECTO
DE ARBORIZACIÓN QUE REALIZÓ
FUERA DE SU COMUNIDAD.



Conoce a más creadores de contenido que apuestan por el cuidado del ambiente

YHON SALAS

El Chico Salvaplantas
@elchicosalvaplantas

Ingeniero de profesión y divulgador ambiental por vocación, Yhon Salas comparte consejos para cuidar árboles y plantas. Su contenido busca acercar la naturaleza a los ciudadanos y promover ciudades más verdes.



EMILIANO CACCIAVILLANI

Pasión Botánica
@pasionbotanica.pe

El geólogo argentino documenta proyectos de forestación urbana y recuperación de ecosistemas. Comparte conocimientos sobre plantas, sostenibilidad y soluciones para reverdecer espacios.



RICARDO ALVIÑO

Raíces del Desierto
@forestacion_raicesdeldesierto

Desde el cerro La Milla, en San Martín de Porres, Ricardo Alviño impulsa iniciativas de forestación. Su proyecto Raíces del Desierto demuestra cómo organización y comunidad pueden transformar paisajes.



ZE PANDO ESPINOZA

Perú te Quiero Limpio
@perutequierolimpio.official

Con jornadas de limpieza, campañas ambientales y acciones ciudadanas, Ze Pando promueve una relación más responsable con los espacios públicos. Su proyecto inspira a miles de personas a involucrarse.



entiende que las redes sociales muestran apenas una parte de la historia. Lo que sí permanece constante es su fascinación por la naturaleza.

Durante años compartió consejos para cuidar plantas, recomendaciones para principiantes y contenido relacionado con jardinería. Pero sus intereses comenzaron a expandirse. Ya no se trataba únicamente de ayudar a que una planta sobreviviera en una sala o en un balcón. Había una pregunta más grande rondando: ¿qué pasaba con los lugares de Lima donde ni siquiera existía sombra?

LA SOMBRA COMO PRIVILEGIO

La respuesta comenzó a encontrarla lejos de los distritos más verdes de la capital. En las periferias de Lima, donde los cerros dominan el paisaje y el acceso a áreas verdes es escaso, Jean Carlos descubrió una realidad que terminaría marcando el rumbo de su proyecto. Mientras algunos vecinos pueden caminar entre parques arbolados, otros crecen en lugares donde un árbol sigue siendo una rareza.

Quizás por eso las diferencias en el

acceso a áreas verdes nunca le resultaron ajenas. Aunque hoy trabaja principalmente en comunidades de la periferia limeña, suele recordar que él también creció en una zona donde la naturaleza no era precisamente protagonista del paisaje urbano.

En Villa María del Triunfo, una de las comunidades con las que trabaja actualmente, basta observar la pendiente del cerro para comprender el desafío. La subida puede tomar cerca de media hora a pie. Transportar herramientas, plantas, agua o materiales requiere esfuerzo y coordinación. Los voluntarios que participan en las jornadas suelen descubrir rápidamente que la experiencia va mucho más allá de plantar un árbol y tomarse una fotografía. “Cuando llegan entienden la realidad de la comunidad”, explica.

Lo que comenzó como jornadas de arborización fue creciendo hasta convertirse en un proyecto mucho más ambicioso. Hoy el objetivo no es simplemente plantar árboles, sino crear espacios capaces de sostenerse en el tiempo. Por eso el trabajo incluye la instalación de sistemas de riego, tanques de almacenamiento de agua y una planificación que contempla distintas etapas. Pri-



JULIO REAÑO

LUIGGI SILVA VIENA

IntiLufer
@intilufer

Luiggi Silva, uno de los creadores ambientales emergentes, comparte información sobre plantas, semillas y reforestación, mientras impulsa iniciativas como BioMora y tiene como meta la siembra de 100 árboles en Santa Rosa.



EN LAS JORNADAS DE VOLUNTARIOS PARA ARBORIZAR TODOS ESTÁN INVITADOS A PARTICIPAR. SEGÚN COMENTÓ JEAN CARLOS, INCLUSO HAN PARTICIPADO PERSONAS DE MÁS DE 60 AÑOS.



STIFS PAUCCA

“
*ES ALGO ESCANDALOSO
QUE HAYA TAN POCOS
ÁRBOLES PARA LAS
COMUNIDADES DE TODA LA
PERIFERIA DE LIMA*

Jean Carlos Torres
CREADOR DE CONTENIDO

mero llegan los árboles nativos. Después, especies cubresuelo que ayuden a conservar la humedad y atraigan polinizadores. Más adelante, incluso podrían incorporarse árboles frutales y plantas destinadas al consumo comunitario.

La lógica es sencilla: plantar por plantar no sirve. Árboles instalados para una fotografía oficial que mueren pocos meses después por falta de mantenimiento. Proyectos que comienzan con entusiasmo y desaparecen cuando termina la ceremonia inaugural. Por eso Jean Carlos insiste en trabajar junto a las comunidades.

La arborización es solo una parte de una conversación más amplia que también incluye manejo de residuos, educación ambiental y fortalecimiento comunitario. Porque al final, explica, un árbol no solo proporciona sombra. Mejora la calidad del aire, ayuda a reducir la temperatura y fortalece el suelo en zonas vulnerables.

EN BUSCA DEL “ALL GREEN”

Si hay algo que une todas las facetas de Jean Carlos Torres es la capacidad de imaginar posibilidades donde otros ven limitaciones. Cuando habla de sus propios sueños, las referencias a “One Piece” reaparecen. Menciona el concepto del “All Blue”, el mítico mar donde convergen todas las especies de peces. Él ha creado su propia versión de esa idea.

La llama, medio en broma y medio en serio, el “All Green”. Un lugar donde predomine el verde. Una Lima distinta. Una ciudad donde las áreas verdes no sean un privilegio. Quizás esa sea la idea que mejor resume quién es realmente el chico de las plantas. No alguien que solo busca plantar árboles, sino alguien convencido de que muchas personas trabajando juntas pueden transformar un paisaje. //



EN ESTA PRIMERA ETAPA DEL PROYECTO LA APUESTA ES ARBORIZAR. DESPUÉS, SE PLANEA APOSTAR POR OTRO TIPO DE PLANTAS, COMO FRUTALES.



Nuestros huariques están de vuelta

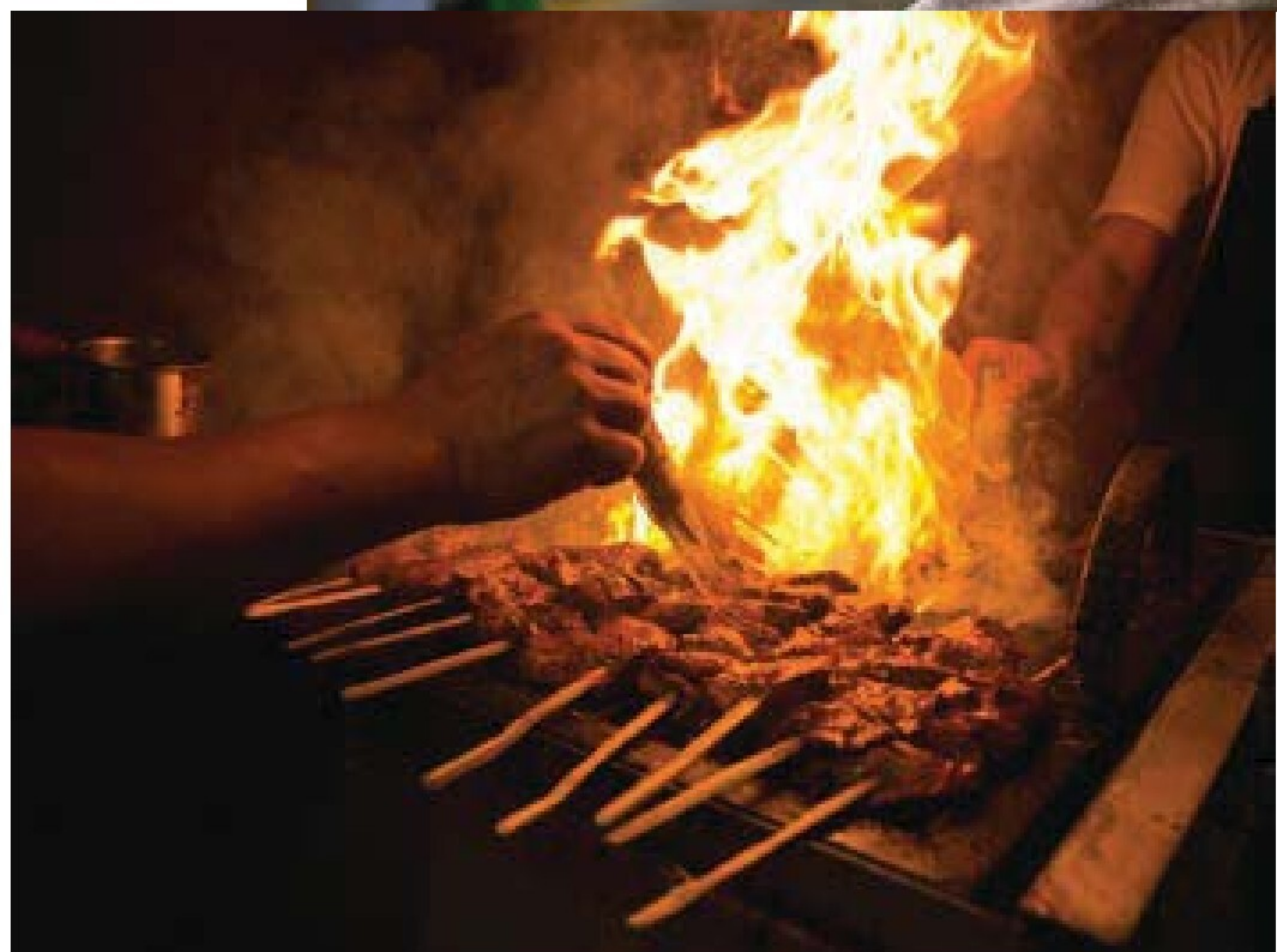
Después de una pausa, la categoría de mejor huarique regresa a los Premios Somos para reconocer aquellos lugares donde el sabor, la tradición y el boca a boca siguen siendo protagonistas innegables.

POR:
PIERINA DENEGRI DAVIES

Según el “Diccionario de americanismos”, de la Asociación de Academias de la Lengua Española, un huarique es un “escondrijo, lugar escondido y secreto”. Nosotros, como peruanos, sabemos que, en realidad, adquiere una definición más compleja. Son espacios donde la experiencia suele estar marcada por la autenticidad antes que por las apariencias, donde los platos cuentan historias familiares, recetas heredadas y tradiciones que han pasado de generación en generación. Son aquellos lugares a los que los comensales peregrinan sin importar dónde estén ubicados.

Sin embargo, el concepto de huarique también ha evolucionado. Aunque la idea original remite a un lugar escondido, hoy muchos de estos negocios son ampliamente conocidos e incluso cuentan con una comunidad fiel en redes sociales. Lo que los mantiene dentro de esta categoría no es necesariamente su ubicación discreta, sino la esencia que conservan: una propuesta construida alrededor del sabor, la

MUCHOS DE LOS HUARIQUES FAVORITOS DE LOS LIMEÑOS SE ENCUENTRAN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DE LA CAPITAL.



LOS SUCULENTOS ANTICUCHOS DE GRIMANESA VARGAS, EN MIRAFLORES, GANARON EL PREMIO A MEJOR HUARIQUE EN LA EDICIÓN DE 2023.

ELIE GARDNER



ISTOCK

NOMINADOS A MEJOR HUARIQUE

Al Toke Pez



Café Tostado



Canta Rana



Chanfainita de la
Tía Ceci



Chicharronería
Jano Loo



El Palacio del
Sancochado



El Rey de las
Papas



Huerta Chinén



La Casa de Sa
Xian



Lo+o



**¡Ya puedes votar
por tus favoritos!**

Entra a la web de los
Premios Somos con
este QR. La votación
estará abierta hasta
mediados de julio.



identidad propia y una relación cercana con sus comensales.

Por eso, luego de una edición de ausencia, la categoría de mejor huarique regresa a los Premios Somos para rendir homenaje a estos espacios que continúan conquistando a los peruanos con su cocina. No es la primera vez que reconocemos a representantes de esta tradición. En la edición 2023, el premio fue para Anticuchos Grimanesa, un referente indiscutible de la gastronomía popular limeña. Un año después, en 2024, distinguimos a El Rey de las Papas, el concurrido puesto del Mercado de Magdalena que se ha convertido en una parada obligatoria.

ENTRE CLÁSICOS Y NUEVOS FAVORITOS

La lista de nominados de este año reúne propuestas de distintos estilos, trayectorias y especialidades, pero con un elemento en común: la conservación de su esencia. Entre los candidatos figuran

Al Toke Pez, reconocido por sus platos marinos; Café Tostado, que combina café de especialidad y cocina casual; y Canta Rana, uno de los nombres más queridos de Barranco para disfrutar pescados y mariscos.

También destacan Chanfainita de la Tía Ceci, dedicada a uno de los platos criollos más tradicionales; Chicharronería Jano Loo, punto de encuentro para los amantes de los desayunos peruanos; y El Palacio del Sancochado, especializado en uno de los platos más representativos de la cocina limeña. Completan la lista El Rey de las Papas, Huerta Chinén, La Casa de Sa Xian y Lo+o, propuestas que reflejan la diversidad culinaria que hoy puede encontrarse bajo el concepto de huarique: desde recetas tradicionales hasta cocinas que incorporan influencias regionales y extranjeras.

Diez candidatos y una misma base: demostrar que los mejores sabores muchas veces se encuentran en lugares que han sabido construir una conexión genuina con sus comensales. Porque, más allá de las tendencias, un huarique sigue siendo ese lugar al que siempre vale la pena volver. //



♦ **Coctelería**

Barra con clase nortea

El barman Antonio Esteves, representante trujillano, se coronó como el mejor de nuestro país y viajará en octubre a la final del World Class 2026, en Escocia. Conversamos con él sobre su visión de la coctelería e innovaciones.



DIANA GONZALES OBANDO

FOTO:
LALO RONDON

La jornada duró cerca de 15 horas, con una serie de retos intensos y la velocidad a tope, como al tener que preparar cinco cócteles en seis minutos. En World Class (@worldclass), la competencia de coctelería más prestigiosa del mundo impulsada por Diageo, el bartender debe lucirse, ser veloz, evidenciar maestría en las técnicas, desarrollar un concepto elocuente en la presentación de la copa y maravillar al jurado. Aquí la innovación y la visión sobre el futuro de la coctelería son valiosos, y en ese sentido, Antonio Esteves (Pacasmayo, 1990) logró destacar en la edición nacional el último 24 de mayo y será quien nos represente en Escocia, país elegido para la final donde se medirá con otros talentos del globo.

Lo llamamos a Trujillo, donde reside hace quince años y lidera la barra de El Trasgu: “Escocia es un reto y una oportunidad para demostrar cómo la coctelería en el Perú ha ido creciendo, así como en provincias. Obviamente, el talento tiene mucho que ver con el desarrollo gastronómico y, en este caso, de la coctelería que ha pasado a otro nivel. Es la primera vez en la historia que en provincia también se gana un World Class Perú, ahora un representante de la ciudad de Trujillo puede demostrar lo que venimos haciendo en esta ciudad y en La Libertad”, nos dice el bartender nortea.

Antonio nos comenta que ya comenzó a prepararse en las técnicas de cara a la reñida competencia. “Estoy practicando métodos de saborización que todavía no se usan en la coctelería,

quiero que el mundo sepa de técnicas que quizás no vemos a nuestro alrededor, pero las podemos aplicar. Me gustaría contar más de qué se trata, pero voy a guardarlo bajo siete llaves. Eso sí, sacaré la esencia de los insumos más emblemáticos del Perú”, comenta. Su objetivo es transmitir en una copa qué representa nuestro país.

CREADOR DE SABORES

Esteves se piensa como una persona que no termina de aprender, un investigador, que se detiene en los insumos revalorando los propios para darlos a conocer en el rubro y otros escenarios. Así lo está haciendo con la chicha de jora, por ejemplo. Esta bebida tradicional ha sido infravalorada por





ESTEVEES,
CONOCIDO COMO
MR. MUCHIK
(@MR.MUCHIK),
GANÓ LA
COMPETENCIA
WORLD
CLASS PERÚ.
PARTICIPARON
CREADORES DE
LIMA, CUSCO Y
TRUJILLO.

muchos años y se está perdiendo. En La Libertad no es diferente, por lo que el barman ha desarrollado recientemente un vermut de chicha de jora con botánicos como el ajeno, muña de Huamachuco, ají mocho y productos de la zona. Se llama Sacerdotisa, en honor a la Dama de Cao.

Antonio Esteves o Mr. Muchik, como lo conocen en el rubro, ha estado muy interesado durante su carrera en mirar lo nuestro y enfocarse en el producto local, así como en nuestras expresiones culturales. Incluso, su seudónimo (Mr. Muchik) es un guiño a la cultura Mochica, de gran importancia en el norte peruano. Ha puesto especial atención al pallar mocho, un insumo desarrollado dentro de la cultura

Mocho, pero “como los productores ya no lo están sembrando, ni produciendo, ni cosechando, hay una alerta de riesgo —advierte—. Es un producto que se va a perder, y, como amante de lo nuestro, estoy dispuesto a que eso no suceda. Mi granito de arena como profesional de la industria es buscarle un nicho para que este insumo pueda desarrollarse, al igual que el ají mocho o el maní mocho”, este último reconocible en el invaluable collar del Señor de Sipán. Se trata de un maní único de la región.

La final será en octubre, mientras tanto Esteves continuará el camino de su preparación. Está viviendo un sueño, aún fascinado por lo que se viene y orgulloso de llevar el nombre de Trujillo a los grandes escenarios. //

Talentos en escena

♦♦ En esta edición del World Class Perú compitieron Luis Sarmiento (Garibaldi, Cusco), Manuel Lao (Toro Palace, Lima), Esteffany Capillo (JW Marriott, Lima), Paolo Casafranca (Booze, Lima), Reynier Mendoza (Sastrería Martínez, Lima), John Rojas (Mr. Meiggs, Lima), Rodrigo Cabrera (Carnaval, Lima) y el campeón Antonio Esteves (El Trasgu, Trujillo). El barman Joel Chirinos nos representó el 2025 en Canadá.

Nostalgia provinciana

La añoranza por el Liverpool de su infancia y los amigos y personas que conoció marcan el eje temático de “The Boys of Dungeon Lane”, el nuevo disco de Paul McCartney que le ha valido sus mejores reseñas en décadas.



POR:
**ÓSCAR
GARCÍA**

PAUL MCCARTNEY NACIÓ EN 1942 EN LIVERPOOL. ES CANTAUTOR Y COFUNDADOR DE THE BEATLES. TRAS LA SEPARACIÓN DE LA BANDA EN 1970, INICIÓ UNA EXITOSA FACETA EN SOLITARIO O AL LADO DE LA BANDA WINGS.

MARY MCCARTNEY

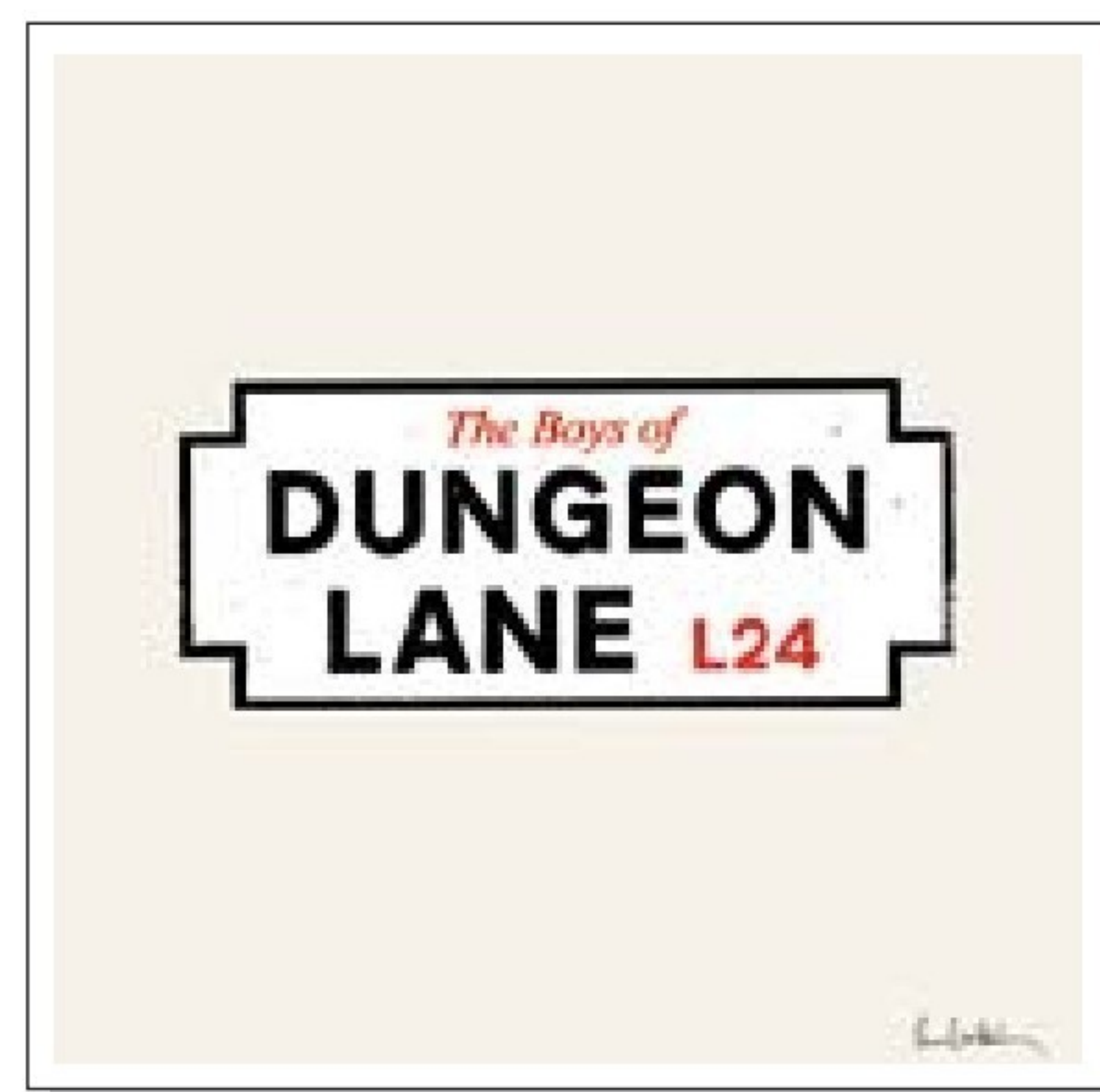
Con 83 años encima, Paul McCartney ha logrado que su obra alcance ese raro estatus de inmortalidad reservado para muy pocos. No es para menos: el exbeatle lleva más de seis décadas ocupando un lugar privilegiado en la cultura popular, y eso hace que cada lanzamiento suyo sea seguido con lupa. Pero incluso alguien cuya música parece haber derrotado al tiempo sabe que esa inmortalidad le pertenece al arte, no a las personas. Los cuerpos envejecen, las gargantas flaquean. Hace apenas unas semanas, una presentación televisiva de McCartney, en la que interpretó algunos de sus clásicos, volvió a abrir el debate sobre el inevitable desgaste de nuestros ídolos, recordándonos que el tiempo nos alcanza a todos, incluso a los gigantes del rock. McCartney parece ser plenamente consciente de este momento de su vida.

De ahí, quizá, el tono reflexivo y melancólico de su nuevo trabajo, un disco que mira menos hacia los ‘charts’ y más hacia el pasado. Desde su lanzamiento la semana pasada, “The Boys of Dungeon Lane” ha sido recibido por la crítica internacional como uno de sus trabajos más logrados en años. Hay algo de testamento emocional en estas canciones, como si el músico hubiera decidido añadir nuevas fotografías a un álbum de vida que el público creía conocer de memoria. La historia de los Beatles —la histeria colectiva, los conflictos internos, la separación— ha sido documentada hasta el hartazgo en libros, películas y documentales. McCartney parece interesado aquí en contarnos otra cosa. En lugar de volver sobre la leyenda, regresa al tiempo anterior a ella: a Liverpool, a las calles de su infancia, a los autobuses que tomaba, a las chicas que observaba de lejos y a los amigos con quienes compartió los años en que el futuro todavía era un horizonte abierto.

La crítica lo captó enseguida. El diario británico “The Guardian” señaló que el álbum lo encuentra “volviendo una y otra vez a su infancia”, mientras que “Rolling Stone” lo describió como una obra tardía y cálida, construida sobre recuerdos, pérdidas y afectos duraderos. El punto de comparación más evidente para “The Boys of Dungeon Lane” es “Chaos and Creation in the Backyard”, el disco de

2005 que le valió algunas de las mejores críticas de su carrera solista. Ambos comparten una mirada introspectiva y un deseo de volver al origen. A diferencia de discos como “New” (2013) o “Egypt Station” (2018), donde trabajó con varios productores en busca de un sonido competitivo para la radio, aquí vuelve a un formato más personal. Junto a Andrew Watt, un productor de apenas 35 años que ha trabajado con Elton John y los Rolling Stones, se encerró en el estudio para escribir, arreglar y hasta tocar gran parte de lo que se escucha en el álbum. En algunas canciones, McCartney llegó a encargarse de ocho instrumentos distintos.

Desde la apertura, “As You Lie There”, se refuerza el carácter nostálgico de la obra. McCartney cuenta que cada noche pasa frente a la ventana de una chica a la que apenas conoció una vez y se pregunta si alguna vez ocupó un lugar en sus pensamientos. No es una canción de amor, porque nunca hubo consumación, y por eso los desgarrados alaridos que se permite el bueno de Paul encajan perfectamente en un tema que comienza como una balada y termina convertido en un rock enérgico. En



Los recuerdos de Paul

♦♦ “The Boys of Dungeon Lane” es el vigésimo álbum solista de estudio de Paul McCartney y uno de los más autobiográficos de su carrera. Producido por Andrew Watt, el disco revisita su infancia en Liverpool, la amistad con John Lennon y George Harrison, y los recuerdos de sus padres. Canciones como “Days We Left Behind”, “Down South” y el dueto con Ringo Starr “Home to Us” convierten el álbum en una exploración de la memoria, la pérdida y el paso del tiempo.



GETTY IMAGES

PAUL MCCARTNEY (IZQUIERDA), EN PLENA BEATLEMANÍA AL LADO DE JOHN LENNON, RINGO STARR Y GEORGE HARRISON. SU NUEVO DISCO TIENE CANCIONES SOBRE ELLOS.

— “ —
*LA GENTE ME PREGUNTA POR QUÉ
SIGO ESCRIBIENDO CANCIONES A ESTA
EDAD. LO HAGO PORQUE ME GUSTA.
SOY UN ADICTO A COMPOSER*

Paul McCartney
MÚSICO

otras canciones, como “Lost Horizon”, los recuerdos llegan a través de los sonidos: el silbato de un tren, el motor de un automóvil, las risas de unos niños, la música lejana de una feria. Son pequeños detalles que funcionan como puertas hacia el pasado y evocan una época en la que cada día parecía el comienzo de algo eterno.

El Liverpool de su infancia es, sin duda, el gran protagonista del álbum. En “Days We Left Behind”, McCartney contempla fotografías en blanco y negro y recuerda bares llenos de humo, guitarras baratas y a los muchachos que crecieron junto al río Mersey. Es una canción atravesada por la conciencia del paso del tiempo, pero también por una aceptación serena de sus consecuencias. “Nadie tiene la culpa de los días que dejamos atrás”, canta, como si por fin hubiera hecho las paces con la imposibilidad de volver.

Uno de los recuerdos más entrañables del disco llega con “Down South”, inspira-

da en los viajes que hacía junto a George Harrison cuando ambos eran adolescentes. Antes de los estadios repletos y de la beatlemania, los dos amigos recorrían Inglaterra a dedo, compartiendo autobuses, conversaciones sobre guitarras y sueños de rock and roll. Lo interesante es que McCartney no recuerda a Harrison como la figura histórica que el mundo conoció, sino como el compañero de aventuras que ocupaba el asiento de al lado. Es una de las evocaciones más íntimas y afectuosas que ha escrito sobre su amigo.

El viaje emocional termina donde probablemente tenía que terminar: en casa. “Salesman Saint” y “Mamma Gets By” están dedicadas a sus padres y constituyen el núcleo más conmovedor del álbum. En la primera, McCartney recuerda a su padre —vendedor ambulante y bombero durante la Segunda Guerra Mundial— y a su madre, enfermera, enfrentando juntos los años más duros de Liverpool. En la segunda, retrata a una mujer que sostiene a su familia mientras su marido se refugia en el alcohol y en sus propias debilidades. Es una de esas canciones, a la manera de “Eleanor Rigby”, que funcionan como un relato completo y autosuficiente. Paul ha dicho que se trata de una historia ficticia, aunque profundamente inspirada en la generación de sus padres, aquella que supo seguir adelante en medio de la guerra y la incertidumbre. Es un final demoledor y una precisa despedida para un disco sobre nostalgia, memorias y la necesidad de cerrar ciclos. //

SEMILLA DE FUTURO

En Junín, Backus impulsa el desarrollo de una cebada maltera peruana junto al Estado y la academia. La iniciativa busca fortalecer una nueva cadena agrícola y abrir oportunidades para productores locales.

POR:
SAMANTA ALVA

Durante décadas, buena parte de la cebada maltera usada para producir cerveza en el Perú tuvo que importarse antes de llegar a una botella. Hoy, en parcelas de Jauja y Huancayo, Backus busca empezar a cambiar esa historia al desarrollar una variedad de cebada adaptada al clima peruano. Allí trabaja Carmen García Espinoza, hija de agricultores jaujinos y técnica agropecuaria que hoy lidera el proyecto de la cervecera.

Desde hace tres años, Carmen supervisa la evaluación de 36 variedades y líneas de cebada maltera. El trabajo exige paciencia: medir rendimiento, calidad de grano, peso hectolítrico, germinación, proteína y humedad; descartar las variedades que no responden y seguir observando aquellas que podrían convertirse en una semilla certificada. Para Carmen, el valor del proyecto también está en lo que podría significar después: un cultivo con mayor rendimiento, un comprador directo y un mercado más justo para quienes viven de la tierra.

La iniciativa reúne a Backus, el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, la Universidad Nacional Agraria La Molina y el Instituto Nacional de Innovación Agraria. Su objetivo

es desarrollar una cebada maltera peruana con calidad genética, resistencia a plagas y enfermedades, buen rendimiento por hectárea y capacidad de adaptarse al clima andino. En Santa Ana (Jauja) y San Lorenzo (Huancayo), los primeros resultados son alentadores.

El horizonte está puesto en 2028, cuando se espera contar con la certificación necesaria para entregar semillas aptas para el malteado. Así, los agricultores podrán sembrar una variedad validada, con mejor rendimiento y un canal directo de compra. Allí está una de las promesas más concretas del proyecto: que la innovación no se quede en el ensayo, sino que llegue a quienes necesitan sembrar con mayor certeza.

Para Carmen, esa posibilidad tiene un eco familiar. Cuando imagina el futuro de esta cebada, habla de confianza, de trabajo directo entre empresa y productores, y de una oportunidad que nace en la tierra. En el fondo, se trata de que los agricultores encuentren en esa semilla una forma más justa de sembrar, cuidar y sostener el futuro del campo. //



FOTOS:

LOS ESTUDIOS BUSCAN VALIDAR UNA CEBADA CON CALIDAD GENÉTICA, BUEN RENDIMIENTO Y ADAPTACIÓN AL CLIMA ANDINO.

BACKUS, MIDAGRI, UNALM E INIA TRABAJAN JUNTOS EN EL DESARROLLO DE UNA CEBADA MALTERA PERUANA CERTIFICADA.



FOTOS: PAOLO RALLY

La cosecha del mañana

♦♦Herederos del Campo es el programa con el que Backus impulsa capacitación, asistencia técnica, conectividad e inclusión financiera para agricultores. Desde 2021, la compañía ha adquirido más de 140 mil toneladas de arroz y maíz cultivados en el país. La nueva apuesta en Junín busca sumar un nuevo ingrediente peruano a la industria cervecera, un sector que representa cerca del 1% del PBI nacional.

Circo beat

POR: VÍCTOR IDROGO / ICÓNICA
@victoridrogo_

1.



1/

A toda máquina.
Hernán Álvarez acelera en la apertura de Ducati Lima, en una noche exclusiva de la marca en Surquillo.

2/

Arte con propósito.
Laura Fantozzi, Joaquín de la Piedra y Ximena Figueroa reciben invitados por una buena causa en Kusimayo, Arte Feliz 2026. Museo Amano, Miraflores.

3/

Festejando.
Clifford Day y Emilio Rodríguez Larraín se reúnen en la inauguración del nuevo restaurante-bar Sático, en San Isidro.

4/

Regias.
Paula Wong y Rosemary Quesada disfrutan del aniversario de La Cuadra de Salvador en La Molina.

3.



2.



5.



4.





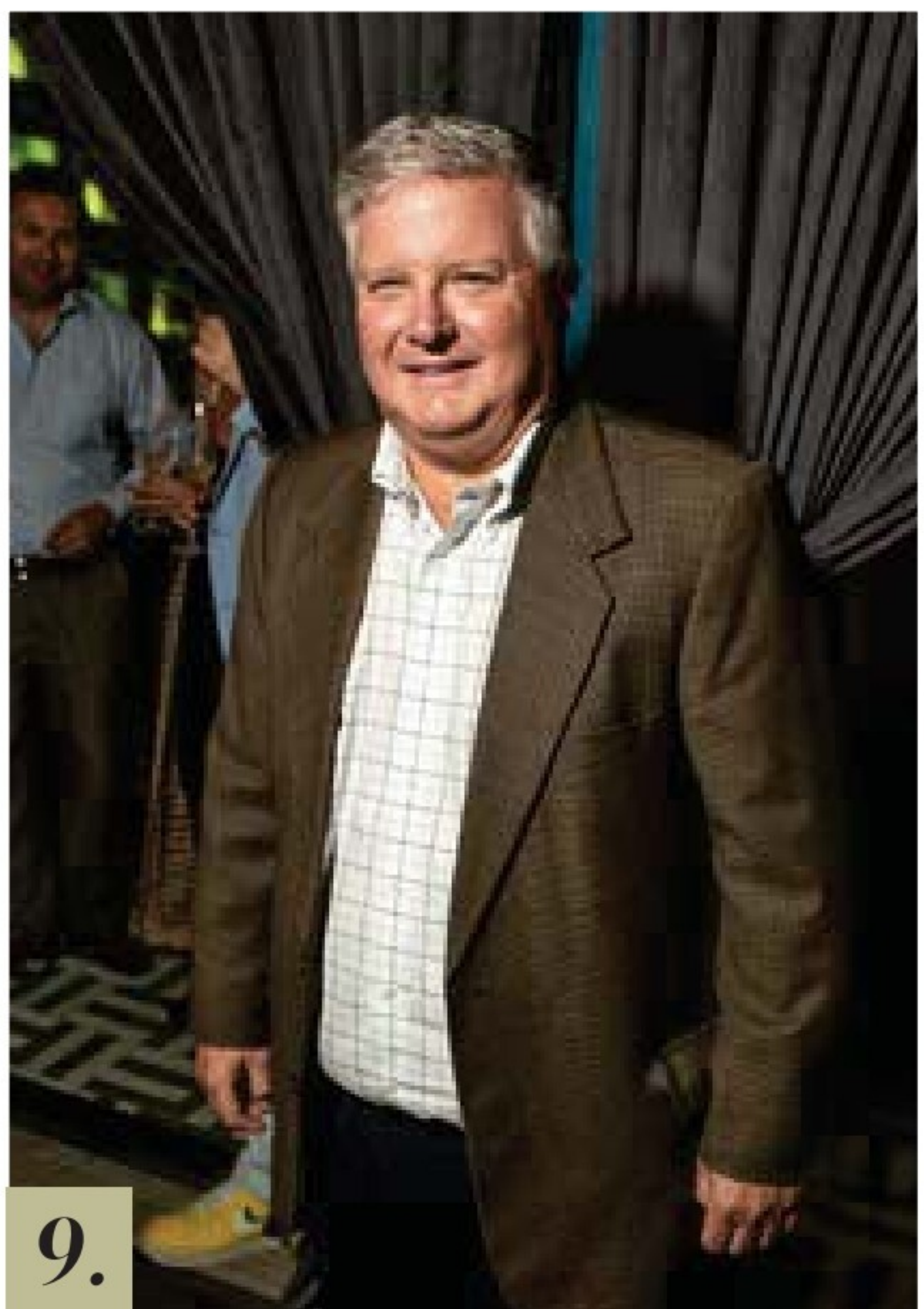
6.



8.



7.



9.

Aperturas en la capital, concursos de coctelería y celebraciones artísticas devuelven la calidez a las noches en Lima. Descubre los eventos más destacados en nuestro recorrido fotográfico.

5/

Grandes amigos.
Juan Beto Bravo y José Manuel Jurado acuden a la apertura del restaurante-bar Sático, en San Isidro.

6/

Íconos del periodismo.
Víctor Ch. Vargas y Diana Zileri recuerdan grandes comisiones en la exposición "El Perú, en clave CARETAS: 75 años de memoria visual", en el MAC Lima. Barranco.

7/

En pantalla grande.
Per Anders Nilsen, embajador de Noruega, y Matthias Stimman, cónsul general de Noruega, asisten a la segunda edición del Festival de Cine Noruego en el Teatro Municipal de Surco.

8/

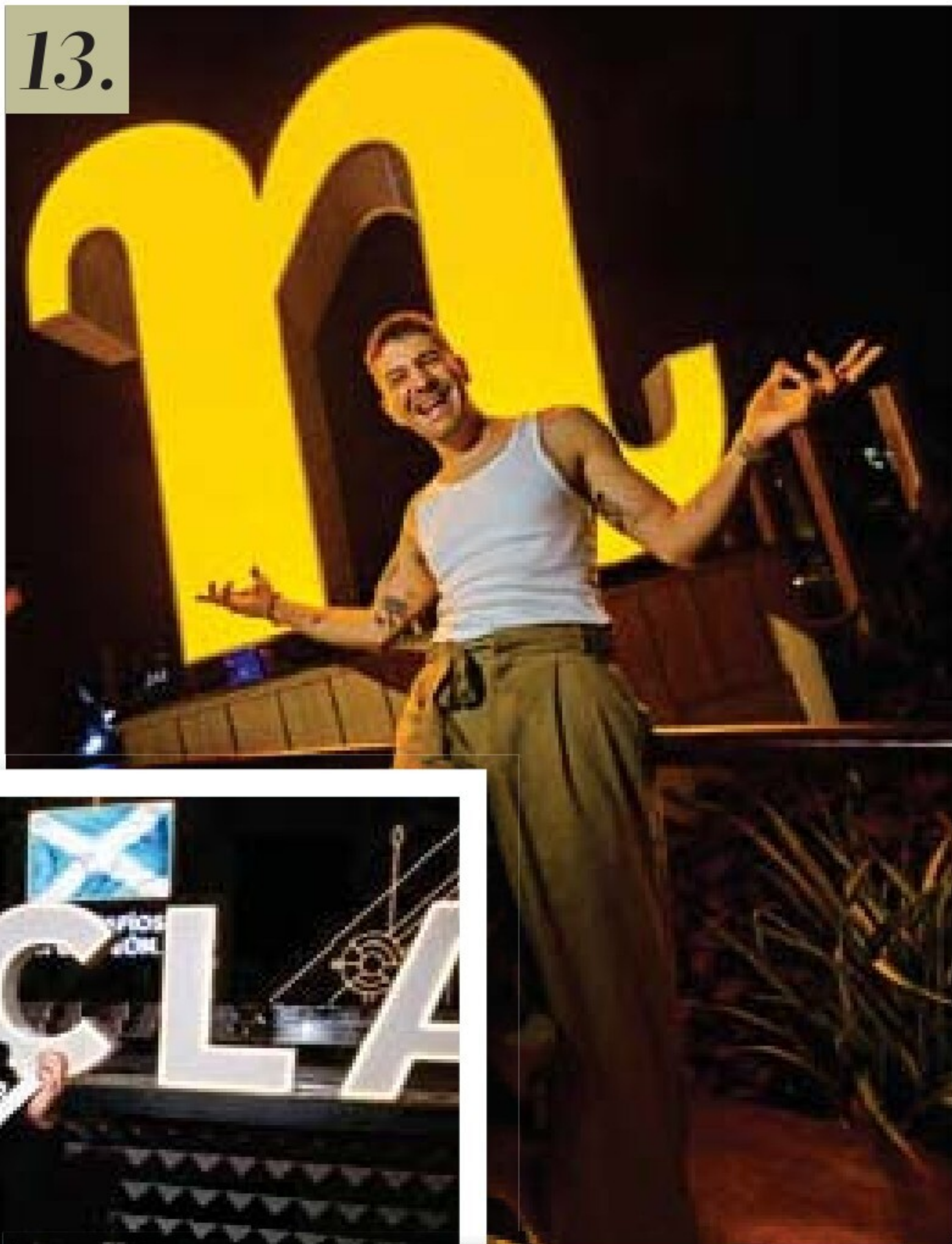
Negocio de familia.
Melissa, Renzo y Chiara Martorell abren las puertas del quinto local de su gelatería Anacapri, en San Isidro.

9/

Como en casa.
Rafael Picasso lo pasa bien en la inauguración del flamante restaurante-bar Sático en San Isidro.

**¿QUIERES QUE
TU EVENTO SALGA
EN CIRCO BEAT?**

Escríbenos a:
mariana.icochea@comercio.com.pe
wendy.amanzo@comercio.com.pe



14/
Entrañables.
Susana Baca y Francisco Sagasti juegan como niños en la inauguración de la exposición "El Perú, en clave CARETAS: 75 años de memoria visual", en el MAC Lima. Barranco.



15/
Arriba, campeón.
Antonio Esteves, del bar El Tragu (Trujillo), se coronó campeón de la final de World Class Perú 2026. Damián, Barranco.

10/
Mujeres al mando.
Elena Gaz y Verónica Baca, de Ducati, celebran la apertura oficial de la marca en Lima. Surquillo.

11/
Dupla fashion.
Alex Arana y Patricia del Valle disfrutaron en el aniversario de La Cuadra de Salvador. La Molina.

12/
Amores de barra.
Manuel Lao se da cita en la gran final del World Class Perú 2026, la competencia de coctelería más prestigiosa del mundo. Damián, Barranco.

13/
'Cool kid'.
Héctor Trejo festeja en la inauguración del Pool Bar del hotel Nhow Lima. Miraflores.



A TRAVÉS DE UNA PANTALLA GIGANTE, LOS ASISTENTES PUDIERON DISFRUTAR DE UN PARTIDAZO AL AIRE LIBRE EN LA PLAZA DE BARRANCO. EL GANADOR FUE EL PARIS SAINT-GERMAIN.



AMIGOS, FAMILIAS Y HASTA MASCOTAS SE DIERON CITA EN UNA BONITA JORNADA MARCADA POR LA EMOCIÓN.



EL EVENTO CONTÓ CON DISTINTAS ACTIVACIONES ESPECIALES A CARGO DE HEINEKEN.

¡Salud, campeón!

Decenas de aficionados se reunieron en la plaza de Barranco para seguir la final de la UEFA Champions League en una experiencia organizada por Heineken.

La Plaza de Armas de Barranco reunió a cientos de aficionados que vivieron la final de la UEFA Champions League en una experiencia organizada por Heineken, patrocinador oficial del torneo. Desde tempranas horas, los asistentes disfrutaron de la transmisión en vivo del encuentro que coronó al Paris Saint-Germain como campeón de Europa. Bajo el concepto “Los fans tienen más amigos”, la marca promovió una jornada que demostró cómo el fútbol puede conectar a personas que no se conocen entre sí. A lo largo de la final, seguidores de distintos equipos compartieron la emoción del partido, encontrando puntos en común en los jugadores que admiran, los clubes que siguen y la pasión que sienten por este deporte. Pantallas gigantes, activaciones especiales y un ambiente festivo acompañaron cada minuto del encuentro, convirtiendo la experiencia en una oportunidad para celebrar y generar nuevas conexiones. Con esta iniciativa, Heineken reafirmó su compromiso de acercar a los aficionados peruanos a experiencias que fortalecen los vínculos entre las personas y demuestran que el deporte tiene el poder de reunir a comunidades alrededor de una misma pasión. //



EL ESTADIO AZTECA SE PREPARA PARA RECIBIR SU TERCER MUNDIAL. NINGÚN OTRO ESTADIO EN EL PLANETA HA SIDO ESCENARIO DE TANTAS PÁGINAS MEMORABLES EN LA COPA DEL MUNDO.

En portada

EN EL CORAZÓN DEL MUNDIAL

Por tercera vez en la historia, Ciudad de México se alista para convertirse en el epicentro del fútbol mundial. En la previa del torneo, recorrimos sus calles, probamos sus sabores y visitamos el renovado Estadio Azteca, el coloso donde empezará a escribirse un nuevo capítulo de la Copa del Mundo.



POR:
JORGE CHÁVEZ NORIEGA

H

ace apenas unas semanas aterrizamos en el Aeropuerto Internacional Benito Juárez de Ciudad de México, la puerta de entrada a una de las sedes más importantes del Mundial 2026. Luego de pasar los controles migratorios de rigor, nos encontramos con un terminal en plena transformación: obreros, andamios y zonas temporalmente restringidas convivían con el incesante flujo de pasajeros. Nuevos techos, amplios ventanales, pasadizos renovados y trabajos de modernización daban cuenta de una carrera contra el tiempo. La capital mexicana se prepara para recibir a más de 5,5 millones de visitantes durante la Copa del Mundo, que arrancará el próximo 11 de junio en el legendario Estadio Azteca —hoy rebautizado como Banorte, aunque durante el torneo será conocido oficialmente como Estadio Ciudad de México—, el gran templo futbolero del país.

LA CAPITAL DEL BALÓN

Con más de veinte millones de habitantes en su área metropolitana, Ciudad de México duplica en tamaño a Lima. Lo bueno es que, a diferencia de nuestra capital, aquí existe una extensa red de metro que permite desplazarse con relativa facilidad. O al menos eso parece en teoría. Para quien la visita por primera vez, descifrar mapas, combinaciones de líneas y nombres de estaciones puede convertirse en una pequeña aventura cotidiana.

Por esa razón, quedarse cerca del Centro Histórico resulta una decisión estratégica y, en general, más conveniente para el bolsillo que alojarse en otras zonas turísticas de la ciudad. No solo permite reducir los largos desplazamientos, sino también mantenerse re-

lativamente cerca de varios de los puntos más emblemáticos. A pocas semanas del inicio de la Copa del Mundo, el ambiente todavía se siente tibio, como si estuviera calentando en la banca antes de ingresar al campo. No abundan las banderas ni los hinchas enfundados en camisetas de sus selecciones, pero el Mundial ya empieza a dejarse ver en tiendas de recuerdos, puestos ambulantes y escaparates que exhiben balones, llaveros y toda clase de souvenirs relacionados con el torneo.

Esa atmósfera se percibe con mayor claridad entre el Barrio Chino y la calle Madero, la gran vía peatonal que conecta el Zócalo con la Alameda Central. Salvando las distancias, podría compararse con el Jirón de la Unión limeño: un corredor por donde desfilan turistas, oficinistas, artistas callejeros y vendedores de todo tipo. Al final del recorrido emerge la silueta del Palacio de Bellas Artes, una de las joyas arquitectónicas de la ciudad. Caminar por este eje urbano es casi una obligación para quien pisa Ciudad de México por primera vez, siempre acompañado por los aromas que escapan de las taquerías cercanas. Birria, carnitas, suadero y pastor compiten por captar la atención de los transeúntes mucho antes de que estos lleguen a leer el menú.

La oferta de la ciudad, por supuesto, parece inagotable. Se puede pasar una mañana recorriendo el Bosque de Chapultepec y su castillo, tomar un café entre las calles arboladas de Roma o Condesa, brindar con una cerveza frente al Ángel de la Independencia o navegar en las coloridas trajineras de Xochimilco. También es altamente recomendable acercarse a Coyoacán para conocer la casa donde vivió Frida Kahlo y perderse entre sus plazas y calles apacibles. Incluso es posible ir un poco más allá y escapar hasta Teotihuacán, donde los visitantes observan las antiguas pirámides desde globos aerostáticos que se elevan sobre el valle al amanecer.

Desde la estación Hidalgo —que también se veía rodeada de trabajos de remodelación— tomamos la Línea 2 con dirección a Tasqueña. El trayecto, que dura cerca de cincuenta minutos, atraviesa buena parte de la ciudad y cuesta menos de un sol peruano. Nos dirigimos hacia el escenario donde comenzará el Mundial 2026: el estadio que vio levantar la Copa del Mundo a Maradona y Pelé, y que dentro de poco volverá a convertirse en el centro del universo futbolístico.

Puerta de entrada



♦♦ Viajar a México requiere planificación para los peruanos. Actualmente es necesario contar con una visa mexicana vigente o, en su defecto, presentar una visa válida de Estados Unidos, Canadá, Japón, Reino Unido o cualquiera de los países que integran el Espacio Schengen. Quienes necesiten tramitar la visa mexicana deben solicitar una cita en la embajada y acreditar solvencia económica, entre otros requisitos. Debido al incremento de la demanda, especialmente en temporadas de alta afluencia turística, conviene iniciar el proceso con varias semanas de anticipación.



MÉXICO 86 CONVIRTIÓ A DIEGO MARADONA EN LEYENDA. EN EL AZTECA MARCÓ EL INOLVIDABLE "GOL DEL SIGLO" Y CONDUJO A ARGENTINA HACIA EL TÍTULO MUNDIAL.



AP

ARCHIVO HISTÓRICO EC



LA SELECCIÓN PERUANA FIRMÓ EN MÉXICO 70 UNA DE LAS CAMPAÑAS MÁS RECORDADAS DE SU HISTORIA, ALCANZANDO LOS CUARTOS DE FINAL CON UNA GENERACIÓN DORADA.

CON APENAS 29 AÑOS, PELÉ LEVANTÓ EN EL AZTECA LA TERCERA COPA DEL MUNDO DE BRASIL Y COMPLETÓ UNA DE LAS CARRERAS MÁS BRILLANTES EN LA HISTORIA DEL DEPORTE.

GETTY IMAGES

LA CATEDRAL DEL FÚTBOL

La primera imagen del Estadio Azteca impresiona incluso antes de cruzar sus puertas. Desde la distancia aparece como una inmensa mole que emerge en el paisaje urbano de la Ciudad de México. La remodelación es evidente: una nueva cubierta envuelve su fachada y le aporta un aire contemporáneo. Adentro, el césped luce impecable, reforzado por un sistema híbrido que combina pasto natural y fibra sintética. Gigantescas pantallas LED rodean el recinto, mientras un renovado sistema de sonido y una red de fibra óptica esconden, detrás su monumentalidad, toda la tecnología necesaria para albergar el espectáculo deportivo más visto del planeta.

Pero si algo permanece intacto es el alma del estadio: el Azteca sigue manteniendo su estructura de concreto que lo hizo inconfundible desde su inauguración, el 29 de mayo de 1966. Concebido bajo los principios del brutalismo, corriente arquitectónica muy popular en edificios públicos y escenarios deportivos de la época, el recinto fue levantado en Coyoacán, entonces considerado un sector periférico y hoy plenamente integrado a la inmensa capital mexicana. Cuando abrió sus puertas tenía una capacidad cercana a los 110 mil espectadores, una cifra que lo convirtió de inmediato en uno de los estadios más impresionantes del planeta.

Caminar por sus pasillos es transitar por la historia misma del fútbol. Hoy, con capacidad para cerca de 87 mil espectadores, continúa siendo el estadio más grande de México y Latinoamérica. Ningún otro recinto puede presumir de haber albergado dos finales de la Copa del Mundo: las de 1970 y 1986. Tampoco existe otro estadio que haya recibido tantos partidos mundialistas. Entre sus innumerables recuerdos sobresale el llamado "partido del siglo", aquella inolvidable semifinal de México 70 en la que Italia derrotó 4-3 a Alemania Federal. Dieciséis años después fue testigo de otro capítulo inmortal: el "gol del siglo" de Diego Armando Maradona frente a Inglaterra, una obra maestra que aparece en cualquier selección de los momentos más memorables de los mundiales.

Para los peruanos, México 70 ocupa además un lugar especial en la memoria futbolera. Aquel Mundial reunió a una de las mejores generaciones que ha



AFP

EL PAPA JUAN PABLO II REUNIÓ A MILES DE FIELES EN EL AZTECA EN 1999, CONFIRMANDO QUE EL RECINTO TAMBIÉN OCUPA UN LUGAR ESPECIAL EN LA VIDA RELIGIOSA Y CULTURAL DE MÉXICO.

GETTY IMAGES

LA CANTANTE MEXICANA BELINDA SERÁ UNA DE LAS PROTAGONISTAS DEL ESPECTÁCULO INAUGURAL QUE ABRIRÁ EL MUNDIAL EN EL ESTADIO AZTECA.



Una fórmula novedosa

♦♦ La FIFA ha decidido que México, Canadá y Estados Unidos tengan su propia celebración de apertura. La primera será el 11 de junio en el Estadio Azteca, con artistas como Belinda, Los Ángeles Azules, Maná y J Balvin. Un día después, Toronto tomará la posta con una ceremonia en el BMO Field que reunirá a figuras de la música canadiense como Michael Bublé, Alanis Morissette y Alessia Cara. Horas más tarde, el SoFi Stadium de Los Ángeles albergará la apertura estadounidense, con un cartel encabezado por Katy Perry, Future, LISA, Anitta y Tyla.

EFE





— “ —

NINGÚN OTRO RECINTO
PUEDE PRESUMIR DE
HABER ALBERGADO DOS
FINALES DE LA COPA DEL
MUNDO: LAS DE 1970 Y
1986. TAMPOCO EXISTE
OTRO ESTADIO QUE HAYA
RECIBIDO TANTOS PARTIDOS
MUNDIALISTAS

ZAYU, EL JAGUAR ELEGIDO COMO
MASCOTA MEXICANA DEL MUNDIAL
2026, YA APARECE EN LLAVEROS,
PELUCHES Y TODA CLASE DE
SUVENIRES.



EN 2014, DECENAS DE MILES DE PERSONAS ACUDIERON AL AZTECA PARA
DESPEDIR A ROBERTO GÓMEZ BOLAÑOS, UNA DE LAS FIGURAS MÁS
QUERIDAS DE LA TELEVISIÓN LATINOAMERICANA.

LA AGRUPACIÓN DE
CUMBIA ÁNGELES
AZULES PARTICIPA EN
UNA DE LAS CANCIONES
OFICIALES DEL MUNDIAL
Y FORMARÁ PARTE DE
LAS CELEBRACIONES
DEL TORNEO.

vestido la camiseta nacional, con figuras como Teófilo Cubillas, Héctor Chumpitaz, Roberto Chale y Perico León, que llevaron a la selección hasta los cuartos de final. Aunque ninguno de los partidos de Perú se disputó en el Estadio Azteca, resulta imposible recorrer este recinto sin pensar en aquella campaña que todavía permanece entre las más entrañables de nuestra historia deportiva. Después de todo, hablar del Mundial de México es también recordar uno de los capítulos más felices del fútbol peruano.

Pero los recuerdos que habitan el Azteca van mucho más allá de la pelota. Durante seis décadas se ha consolidado como uno de los grandes escenarios de América Latina para espectáculos masivos. Ha recibido a estrellas de la música

internacional, encuentros religiosos de enorme convocatoria y memorables veladas de boxeo. Entre sus páginas más entrañables figuran la visita del papa Juan Pablo II y el emotivo homenaje de despedida a Roberto Gómez Bolaños, Chespirito, una de las figuras más queridas de la cultura popular latinoamericana.

Hace unos días, el renovado coloso volvió a abrir sus puertas con un partido amistoso entre México y Portugal. Fue una reinauguración simbólica para un estadio que se prepara para escribir un nuevo capítulo de su extraordinaria historia. El próximo 11 de junio, cuando el balón comience a rodar en el encuentro inaugural entre México y Sudáfrica, el Azteca volverá a ocupar el centro de la escena mundial. Cada uno de los países anfitriones tendrá su propia ceremonia de apertura y, en el caso mexicano, el espectáculo contará con la participación de Belinda y Los Ángeles Azules.

Muchos aficionados han criticado a la FIFA por haber reservado la final para otro país. Quizás tengan razón. Pero basta recorrer sus tribunas, observar el concreto que ha sobrevivido a generaciones y recordar todo lo que ha ocurrido entre estas paredes para entender que el Azteca no necesita una final para reafirmar su mística y grandeza. Sigue siendo un templo histórico del fútbol mundial, uno de esos lugares donde el grito de gol parece habitar en cada rincón y que cualquier amante de este deporte debería visitar, al menos una vez en la vida. //





♦ **Nostalgia**

CAZADORES **DE CAMISETA**



**JORGE CHÁVEZ
NORIEGA**

FOTO:
CESAR CAMPOS

Hace tiempo que dejaron de ser solo una prenda deportiva. Para muchos aficionados, son piezas cargadas de memoria, capaces de evocar goles, equipos y épocas inolvidables. En los últimos años, el coleccionismo de camisetas originales ha crecido con fuerza en el país, impulsando la aparición de tiendas y plataformas especializadas en la compra, venta e intercambio de estas reliquias futboleras. Detrás de este fenómeno hay apasionados que transformaron su afición en un emprendimiento. En esta nota conocemos a dos de ellos, unidos por el amor al fútbol y la búsqueda incansable de camisetas con historia.

ENTRE JOYAS Y RECUERDOS

Peter Egacila tenía apenas 15 años cuando descubrió una pasión que terminaría marcando su vida. Un compañero del colegio apareció un día con una camiseta de Italia de 1995, una rareza para una época en la que no existían las tiendas especializadas ni las redes sociales. Recuerda haber quedado hipnotizado por los detalles, los colores y la historia que parecía esconder aquella prenda. “Fue amor a primera vista”, dice. Desde entonces, comenzó una búsqueda que se ha extendido por tres décadas.

Lo que hoy parece sencillo era, a finales de los noventa, un auténtico trabajo de arqueología. Sin Internet ni plataformas de compraventa, Peter recorría mercados informales, preguntaba a conocidos y rastreaba cualquier pista que pudiera conducirlo a una

PETER EGACILA POSA EN EL ESPACIO DONDE RESGUARDA LAS JOYAS DE UNA COLECCIÓN CONSTRUIDA DURANTE MÁS DE TRES DÉCADAS. ENTRE SUS TESOROS FIGURAN CAMISETAS HISTÓRICAS DE LA SELECCIÓN PERUANA, ALIANZA LIMA Y FIGURAS LEGENDARIAS DEL FÚTBOL MUNDIAL.

nueva adquisición. En ese camino fue fundamental el apoyo de Armando Leveau, historiador de Alianza Lima y amigo cercano de su familia, quien lo conectó con exjugadores y dirigentes cuando el coleccionismo todavía era un territorio prácticamente inexplorado en el Perú.

Con los años, aquella afición se transformó en una colección única. En una habitación reservada de la casa familiar —un santuario al que solo ingresan amigos de confianza— conserva entre 350 y 400 camisetas. Todas comparten una característica que las vuelve especiales: fueron usadas por leyendas del fútbol y cargan consigo una historia. Fuera de esa colección personal, Peter administra además un negocio de camisetas originales que eleva su inventario a cerca de mil piezas.

Entre sus tesoros más preciados destaca una camiseta de Alianza Lima utilizada por Perico León en un partido frente al Santos de Pelé en Lima durante la década de 1960. También conserva una pieza histórica de Roberto Chale, usada en la Bombonera durante el empate ante Argentina que selló la clasificación peruana al Mundial de México 70. Y quizá la joya máxima sea una camiseta de Carlos Alberto, capitán de la legendaria selección brasileña campeona del mundo, utilizada precisamente en el recordado Perú-Brasil de México 70.

La frontera entre negocio y colección personal es infranqueable. Entre sus piezas irrenunciables figura una camiseta utilizada por Diego Maradona

Las camisetas de fútbol se han convertido en piezas de colección codiciadas por aficionados y nostálgicos. Entre la búsqueda de modelos originales y el auge de un mercado especializado, dos coleccionistas peruanos han transformado su pasión por estas reliquias deportivas en un estilo de vida.

S

en el amistoso que disputó frente a Alianza Lima en Matute. Tras la muerte del astro argentino, un empresario llegó a Lima desde Buenos Aires para ofrecerle una camioneta valorizada en miles de dólares a cambio de ella. Peter rechazó la propuesta.

Conservar estas reliquias también exige cuidados especiales. La humedad y la luz son sus principales enemigos. Por eso utiliza deshumidificadores varias veces al año y mantiene la iluminación al mínimo. La autenticidad, en cambio, no siempre se encuentra en una etiqueta o un código, sobre todo en las piezas antiguas. Peter la reconoce gracias a tres décadas de experiencia, una memoria privilegiada y un instinto cultivado entre prendas que han sobrevivido al paso del tiempo.

Para conocer más sobre su colección y las camisetas que ofrece, se le puede encontrar en Instagram: @egacila.

UNA PASIÓN EN VITRINA

En 2020, Martín Chávez regresó a Lima desde Madrid en un vuelo humanitario. La pandemia había interrumpido la maestría que cursaba en





MARTÍN CHÁVEZ, FUNDADOR DE RETRO FC, EMPRENDIMIENTO ESPECIALIZADO EN CAMISETAS VINTAGE ORIGINALES. LA TIENDA QUEDA EN LA GALERÍA MULTICENTRO, EN MIRAFLORES. MÁS INFORMACIÓN EN INSTAGRAM: @RETROFC.PERU.

PETER EGACILA CONSERVA LA CAMISETA QUE MARADONA UTILIZÓ EN UN AMISTOSO FRENTE A ALIANZA LIMA. LLEGÓ A RECIBIR UNA OFERTA EQUIVALENTE AL VALOR DE UNA CAMIONETA, PERO DECIDIÓ NO DESPRENDERSE DE ELLA.

DIEGO MORENO

España y, de pronto, se encontró de vuelta en casa, sin trabajo y con mucho tiempo para replantear su futuro.

Fanático del deporte desde niño, Chávez llevaba tiempo siguiendo el trabajo de Classic Football Shirts, una reconocida tienda británica especializada en camisetas vintage. La historia de aquel emprendimiento —que nació en una cochera y hoy cuenta con locales en varias ciudades del mundo— lo inspiró a crear algo similar en el Perú. Comenzó vendiendo por Internet en 2020 y, tres años después, dio el salto a un local físico en Miraflores. Así nació Retro FC, una tienda que hoy alberga más de 300 camisetas originales de clubes y selecciones de todo el mundo.

La palabra original es clave en su negocio. En un mercado inundado de réplicas chinas y tailandesas cada vez más sofisticadas, Chávez ha desarrollado un ojo clínico para detectar las auténticas. El primer filtro son los códigos de fabricación que incorporan las marcas desde inicios de los años 2000. Introducir ese número en Internet permite verificar si corresponde realmente al modelo ofrecido. Después vienen otros detalles: el país de fabricación, las etiquetas, los materiales y los acabados. “No compro cualquier camiseta”, explica. Antes investiga la temporada, los jugadores que la utilizaron y su valor potencial dentro del mercado coleccionista.

Las consigue principalmente a través de plataformas digitales y contactos que ha cultivado con el tiempo. Algunas llegan en excelente estado; otras requieren un

Tesoros del fútbol

El Club Suizo Peruano será escenario de la Feria de la Camiseta, un encuentro que reunirá a coleccionistas de todo el país el próximo 11 de julio. Uno de sus principales atractivos será la Zona Museo, donde se exhibirán piezas históricas que no estarán a la venta, entre ellas camisetas mundialistas y reliquias del fútbol peruano. Entrada libre.

minucioso proceso de restauración. Su ticket promedio ronda los 420 soles, aunque algunas piezas alcanzan cifras mucho mayores. Entre sus favoritas figuran una camiseta del Arsenal de la época de Thierry Henry, una del Inter de Milán utilizada durante los años de Ronaldo Nazário, una del Milan asociada a Marco van Basten y varias joyas noventeras vinculadas a figuras como Bergkamp, Zidane o Ronaldinho.

Pero Retro FC aspira a ser algo más que una tienda. Chávez sueña con convertirla en un punto de encuentro para los amantes de las camisetas y la memoria futbolera. Esa idea tomó forma hace unas semanas, cuando organizó en una cafetería de Miraflores la primera “feria camisetera” del país. Más de 500 aficionados acudieron para comprar, vender e intercambiar piezas, mientras una sala de exhibición reunía algunas de las reliquias más valiosas de coleccionistas como Peter Egacila y otros referentes locales.

El éxito de la convocatoria confirmó algo que hasta hace poco parecía improbable: en Lima existe una comunidad creciente de coleccionistas y aficionados convencidos de que la historia del fútbol también se conserva en una camiseta. //



ARCHIVO PERSONAL

LA PRIMERA FERIA CAMISETERA REALIZADA EN MIRAFLORES REUNIÓ A COLECCIONISTAS, AFICIONADOS Y EMPRENDEDORES DEDICADOS AL MUNDO DE LAS CAMISETAS VINTAGE.

POR EL PODER DE LA NOSTALGIA

He-Man nació como un juguete, conquistó la televisión y se convirtió en uno de los grandes íconos de los años ochenta. A propósito de su regreso al cine, revisamos la historia detrás del hombre más musculoso de Eternia.



ÓSCAR GARCÍA

FOTOS:
AMAZON MGM STUDIOS

Había que estar un poco loco o ser un visionario a comienzos de los años ochenta para montar una franquicia multimillonaria sobre la premisa de un hombre en taparrabos medieval que monta un tigre. Pero eso, exactamente, fue lo que hizo Mattel en 1982. Y funcionó. Los niños de hoy probablemente no entiendan el fenómeno. Pero hubo un momento en que escuchar a He-Man gritando “¡Por el poder de Grayskull!” era suficiente para paralizar una sala, un barrio o cualquier tarea escolar pendiente.

Lo más curioso de la historia de He-Man es que no nació en una sala de guionistas ni en las páginas de un cómic. Nació en una empresa de juguetes con operarios y gerentes de producción muy imaginativos. A comienzos de los ochenta, Mattel andaba desesperada buscando cómo competir con



EL ACTOR BRITÁNICO
NICHOLAS GALITZINE
DA VIDA A HE-MAN EN
EL ESPERADO REGRESO
CINEMATOGRAFICO
DE MASTERS OF THE
UNIVERSE.

las figuras de acción de Star Wars. Hasta entonces todos sus intentos de enfrentar al imperio de Lucas habían fracasado, hasta que a alguien en la empresa se le ocurrió hacer un estudio de mercado. Como se relata en el documental “The Toys That Made Us”, en Mattel organizaron un ‘focus group’ con niños y descubrieron que lo que más deseaban era poder. El poder es una ilusión, dicen, pero para los pequeños sujetos a reglas y órdenes constantes es algo muy concreto. Su fantasía, en efecto, es tener el poder.

A partir de esa idea descubrieron también que la estética de bárbaros, al estilo Conan, tenía gran aceptación entre ellos. Lo que siguió fue encargar a sus diseñadores una serie de prototipos. Tomaron una figura de G.I. Joe y la recubrieron de arcilla hasta convertirla en un muñeco imposiblemente voluminoso, con músculos sobre músculos. Un personaje que transmitía poder a simple vista.

UNA FANTASÍA MUSCULOSA

“Los niños de los ochenta estaban acostumbrados a jugar con figuras pequeñas, como las de Star Wars o G.I. Joe”, recuerda Richard Tejeda, juguetero de vieja escuela y copropietario de la tienda Museo del Juguete (Camaná 995, tienda 111). En sus anaqueles hay miles de figuras vintage que harían sangrar la billetera a cualquier coleccionista nostálgico. Nos muestra algunas piezas de la época y, la verdad, las de Star Wars, de Kenner, o los G.I. Joe, de Hasbro, son apenas del tamaño de un dedo. “Pero ponías una de esas al lado de un He-Man y este parecía un gigante. Eso gustaba mucho a los niños”.

Así fue como nació Masters of the Universe: una especie de Barbie para chicos, con armadura y vocación épica. La lógica era sorprendentemente parecida. Había un personaje principal con proporciones físicamente imposibles, un vestuario inconfundible —en el caso de He-Man, un taparrabos de cuero marrón y una espada—, además de un castillo que se compraba por separado.

Lo más insólito es que el éxito de los muñecos fue tan rápido que Mattel tuvo que inventar una historia para sostenerlo. Primero aparecieron unos minicómics incluidos en los empaques. Después llegó la serie animada de Filmation, estrenada en 1983. A diferencia de la mayoría de franquicias, aquí ocurrió al revés: los juguetes llegaron antes que la narrativa. El dibujo

animado no existía para inspirar las ventas; existía para vender más muñecos.

Los Amos del Universo eran el sueño de cualquier niño de los años ochenta. Y el infierno económico de cualquier padre. “Los muñecos de He-Man eran caros acá”, recuerda Tejeda. “Y en el Perú no se producían, como sí ocurrió con las Barbies, que fabricó BASA. Si tenías una figura original, era porque había sido importada, y eso, sumado a su tamaño, elevaba bastante el precio”. Lo que más se encontraba eran figuras clonadas llegadas de Asia, inspiradas en Masters of the Universe. Para muchos padres la diferencia era imperceptible. Para un niño de ocho años era una tragedia. Bastaba mirar la cara del muñeco para saber que aquello no era He-Man.

La serie de Filmation terminaba cada episodio con una moraleja dirigida al público infantil: una decisión pedagógica admirable, aunque ligeramente irónica si se considera que el protagonista pasaba buena parte de la trama ocultando su identidad a sus amigos más cercanos. Parte del éxito de la franquicia tenía que ver con su villano. Y He-Man tenía a Skeletor. Con su rostro de calavera, su capa morada y su obsesión inextinguible por conquistar el Castillo de Grayskull, se convirtió en uno de los grandes antagonistas de la cultura popular de aquella década.

LOS PODERES DE LA GRAN PANTALLA

El éxito de la franquicia llevó inevitablemente a Hollywood. En 1987 llegó la primera adaptación cinematográfica, protagonizada por Dolph Lundgren como He-Man. El problema era que recrear Eternia, el mundo de He-Man, resultaba demasiado caro, así que los guionistas encontraron una solución económica: trasladar buena parte de la acción a la Tierra. El resultado fue un fracaso comercial sonoro. Recaudó menos de lo esperado y dejó congelados durante décadas los planes de continuar la saga en la pantalla grande.

Con el tiempo ocurrió algo curioso. Los fanáticos terminaron recordándola con bastante más cariño que muchos éxitos de taquilla de aquella época. Los fracasos sinceros tienen una cualidad

La nueva adaptación tuvo un presupuesto cercano a los 200 millones de dólares. Deberá demostrar que “He-Man”, más que un nicho, puede conquistar a nuevas generaciones.

CÉSAR CAMPOS



LOS COMPRADORES DE MUÑECOS DE HE-MAN SUELEN SER HOMBRES DE MÁS DE CUARENTA AÑOS. INCLUSO LOS NUEVOS QUE SE VEN EN TIENDAS NO VAN DIRIGIDOS A LOS NIÑOS

Richard Tejeda

VENDEDOR EN MUSEO DEL JUGUETE.



EN EL MUSEO DEL JUGUETE HAY FIGURAS VINTAGE DE LOS AMOS DEL UNIVERSO. RICHARD TEJEDA HACE POCO VENDIÓ UN CASTILLO DE GRAYSKULL ORIGINAL.

LA VERSIÓN CON DOLPH LUNDGREN DE 1987 FUE UN FRACASO DE TAQUILLA, PERO ACTUALMENTE SE HA CONVERTIDO EN UNA PIEZA DE CULTO.



CANNON FILMS

JARED LETO INTERPRETA A SKELETOR, EL VILLANO CON ROSTRO DE CALAVERA OBSESIONADO CON CAPTURAR EL CASTILLO DE GRAYSKULL.

misteriosa: suelen envejecer mejor que varios éxitos fabricados. Hoy la imagen de Lundgren empuñando la Espada del Poder despierta más simpatía genuina que varios superhéroes producidos en serie con presupuestos ilimitados. No es justicia poética, exactamente, pero se le parece bastante.

Ahora "He-Man" regresa al cine. La nueva versión, protagonizada por Nicholas Galitzine, se acaba de estrenar con una producción que apuesta en serio: cerca de 200 millones de dólares de presupuesto, Jared Leto como Skeletor, Idris Elba como Man-At-Arms, Camila Mendes como Teela, Alison Brie como Evil-Lyn y Morena Baccarin como la Hechicera.

El regreso forma parte de una tendencia que Hollywood explota con entusiasmo: convertir los recuerdos de infancia de la generación X y los 'millennials' en nuevas franquicias cinematográficas. Barbie, Transformers, Tortugas Ninja y G.I. Joe ya recorrieron ese camino. He-Man era uno de los pocos gigantes de los ochenta que todavía faltaba rescatar.

Los niños que crecieron con He-Man tienen hoy entre cuarenta y cinco y cincuenta y cinco años, y seguramente muchos llevarán ahora a sus propios hijos al cine para conocer al héroe de su infancia. La misma industria que primero vendió los muñecos vende ahora la película sobre los muñecos, y dentro de poco venderá los muñecos de la película. El círculo es perfecto.

Lo que ningún estudio puede fabricar, sin embargo, es aquello que hace que todo esto funcione de verdad: la emoción de reencontrarse con algo que habitó la imaginación de toda una generación. Eso no tiene presupuesto. Es invaluable. //

AMAZON MGM STUDIOS

♦ **Sostenibilidad**

OTRA FORMA DE HACER CAFÉ

POR:
**PIERINA
DENEGRÍ
DAVIES**

Durante décadas, el camino del café ha seguido una ruta conocida: cosechar el fruto, despulpar con abundante agua, lavarlo y secarlo antes de llegar a la taza. Pero en Oxapampa, una de las principales zonas cafetaleras del país, cientos de productores están demostrando que existe otra

forma de hacerlo.

En la Reserva de Biósfera Oxapampa-Asháninka-Yánesha, un proyecto impulsado por Descocentro y respaldado por AL-INVEST Verde, programa de la Unión Europea, se vienen promoviendo procesos alternativos conocidos como Honey y Natural. La diferencia es significativa: mientras el método tra-

dicional puede requerir entre 40 y 60 litros de agua para procesar un kilo de café, el sistema Honey reduce considerablemente ese consumo y el Natural prescinde por completo de él.

La apuesta también responde a un problema ambiental poco conocido: las llamadas aguas mieles, el líquido resultante del lavado del café que, si no recibe

tratamiento adecuado, puede contaminar quebradas y ríos. Para enfrentarlo, algunos productores han incorporado filtros vivos de pasto vetiver, una planta cuyas raíces ayudan a depurar estas aguas residuales de manera natural antes de devolverlas.

El proyecto también busca aprovechar aquello que antes se consideraba un desecho. La cáscara y la pulpa del café pueden transformarse en infusiones, bebidas energizantes, harina, compost e incluso briquetas para combustible. Algunas familias ya han experimentado con panes y otros productos.

La iniciativa ha trabajado con más de 500 productores de Villa Rica, Oxapampa y Chontabamba. En una región donde la conser-

vación ambiental forma parte de la vida cotidiana, el café se está convirtiendo en una oportunidad para producir mejor, contaminar menos y generar nuevas fuentes de ingreso para las comunidades locales. //



Del productor a tu taza

Quienes deseen probar cafés con los métodos Honey o Natural pueden adquirirlos directamente a través de cooperativas participantes. Entre ellas destacan la Cooperativa Agraria Ecológica de Mujeres Cafetaleras Villa Rica, al 919 859 354, y la Cooperativa Agroindustrial Ecológico Turismo Villa Rica, al 933 045 427.

MÁS DEL 50% DE LOS PARTICIPANTES FUERON MUJERES, QUIENES FORTALECIERON SUS CAPACIDADES PRODUCTIVAS Y DE LIDERAZGO DENTRO DE COOPERATIVAS CAFETALERAS.



LOS FONDOS RECAUDADOS PERMITIRÁN FINANCIAR LOS PROGRAMAS DE LA SOCIEDAD PERUANA DE SÍNDROME DOWN, ORIENTADOS A PROMOVER LA INCLUSIÓN.

Solidaridad

INCLUSIÓN EN MARCHA

La carrera Corre Conmigo 5K se ha convertido en una tradición en el país. Este año se busca visibilizar la soledad que enfrentan muchas personas con síndrome de Down.

Cada año, miles de personas se reúnen para participar en Corre Conmigo 5K, una iniciativa de la Sociedad Peruana de Síndrome Down (SPSD) que busca favorecer la integración de las personas con síndrome de Down y sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de construir una sociedad con más oportunidades para todos. Lo que comenzó hace más de dos décadas como una actividad destinada a recaudar fondos para los programas de la institución se ha convertido en uno de los eventos inclusivos más importantes del país.

La propuesta tiene una particularidad: no es una carrera competitiva. Aquí no importan los tiempos ni los puestos de llegada. El objetivo es avanzar juntos y demostrar que la inclusión no consiste en que unos vayan más rápido que otros, sino en que todas las personas puedan participar, aportar y desarrollarse en igualdad de condiciones. Por eso, más que una prueba deportiva, Corre Conmigo 5K es una celebración de la diversidad, el encuentro y la comunidad.

La edición de este año tie-

Cómo participar

Corre Conmigo 5K se realizará el domingo 14 de junio desde las 8:00 a.m. en el Parque Olímpico del Pentagonito (San Borja). La inscripción tiene un costo de S/50 e incluye el polo oficial del evento. Estas prendas están a la venta en tiendas Listo! seleccionadas. Para más información, visite la web de la asociación: <https://corre5k.spsd.org.pe/>.

ne como lema “Juntos contra la soledad”, una invitación a reflexionar sobre una realidad que muchas veces pasa desapercibida. “Queremos poner el foco en la soledad que enfrentan muchas personas con síndrome de Down y sus familias debido a la falta de información, acompañamiento y oportunidades”, señala Pablo Gómez, director de la SPSPD.

A lo largo de los años, la convocatoria ha crecido de manera sostenida. Familias, amigos, estudiantes, docentes, empresas y organizaciones se han sumado a una jornada que busca derribar prejuicios y generar espacios de convivencia. La participación ciudadana también ayuda a visibilizar los desafíos que todavía enfrentan muchas personas con síndrome de Down para acceder a servicios, educación y oportunidades laborales. //

♦ **Tradición**



**DIANA
GONZALES
OBANDO**

FOTOS:
**ANTONIO
MELGAREJO**

ESTE BEBE
REGORDETE, CON
UNA PIEL BLANCA
Y SUAVE REPRESENTA BELLEZA,
PUREZA Y HONOR.
FUERON LAS MUÑECAS FAVORITAS
DEL PERÍODO
EDO (1603-1868).
EL BARCO TRAE
FORTUNA.

LA BELLEZA DE LAS FORMA HUMA



S NAS



UNA DE LAS VITRINAS DE LA EXPOSICIÓN EN DONDE SE APRECIA LA MAJESTUOSIDAD IMPERIAL DE LAS PIEZAS VISTIENDO ROPAS ELEGANTES Y TRADICIONALES. SON FIGURAS DE PROTECCIÓN Y SABIDURÍA.

JOVEN COMANDANTE MILITAR LLAMADO JURIRO REPRESENTADO POR UNA MARIONETA DISEÑADA PARA EL TEATRO TRADICIONAL J RURI. ESTAS MARIONETAS SOLÍAN RECORRER TODO JAPÓN.



La Casa O'Higgins del Instituto Riva-Agüero PUCP y la Fundación Japón presentan "NINGYŌ. Arte y belleza de las muñecas japonesas", una muestra que reúne 67 piezas tradicionales y contemporáneas provenientes de Japón y que invita a descubrir la riqueza de sus técnicas, su valor histórico y su significado cultural, más allá de su condición de juguetes.

Un viaje directo a una de las expresiones más bellas y misteriosas de la cultura japonesa es posible en el segundo piso de la Casa O'Higgins PUCP, en el Jirón de la Unión.

La exposición internacional “NINGYŌ. Arte y belleza de las muñecas japonesas” reúne 67 piezas tradicionales y contemporáneas provenientes de Japón e invita al visitante a adentrarse en un universo histórico y estético de enorme riqueza. Lejos de ser simples juguetes infantiles, las muñecas son consideradas en Japón auténticas obras de arte. La muestra propone así un recorrido por expresiones culturales que condensan sistemas de creencias, prácticas sociales y sensibilidades estéticas. Se trata de “un recorrido de expresiones culturales que condensan sistemas de creencias, prácticas sociales y apreciaciones estéticas”, explica Víctor Álvarez, jefe de la Casa O'Higgins PUCP.

“Ningyō”, que en japonés significa “figura humana”, es la palabra que da nombre a esta exposición. La muestra reúne una larga tradición japonesa vinculada a la protección, los rituales, las celebraciones y las artes escénicas. Se trata de muñecas elaboradas con gran maestría artesanal en materiales tan diversos como madera, arcilla, tela, papel y plástico. Estas piezas recorren siglos de historia y cultura visual, además de expresar una profunda dimensión espiritual. La vestimenta, los colores, las telas y los bordados también revelan técnicas y conocimientos que buscan preservarse de generación en generación. Una de las piezas más destacadas es una marioneta de aproximadamente 50 centímetros de altura, ubicada en la terraza de la casona. Su elaboración es tan minuciosa que, durante las representaciones, debe ser manipulada por tres titiriteros, capaces de darle movimiento incluso a las cejas.

En esta exposición se han trazado cuatro líneas que explican la evolución histórica, técnica y cultural de las muñecas que integran el conjunto. Según Víctor Álvarez, la primera de ellas está vinculada a la figura humana (ningyō) como parte del desarrollo de la infancia y el crecimiento de los niños, comenzando con figuras de papel y formas básicas que fueron evolucionando con el tiempo. Luego, la muñeca se transforma en una expresión de arte y refinamiento, con delicados acabados, un elaborado trabajo textil y miniaturas que reflejan la riqueza cultural y la calidad artesanal de estas piezas. Esta sería la segunda línea de la muestra.

Un tercer aspecto muestra cómo el arte tradicional ha sido apropiado y desarrollado en distintas regiones de Japón. Una sección de la muestra reúne técnicas y estilos provenientes de diversas zonas del archipiélago. En una de las paredes de la sala se ha dibujado un mapa donde se señalan Okinawa, Hiroshima, Fukuoka, Nagasaki y otras prefecturas, cada una representada por una muñeca de estilo propio e identidad particular. “Eso es lo interesante de la exposición: no solamente muestra el aspecto performativo de la muñeca como elemento lúdico, de diversión y de juego, sino también como una expresión artística con múltiples usos y significados”, agrega Álvarez.

La cuarta línea da cuenta de la expansión y transformación de las muñecas en el mundo contemporáneo. Algunas adoptan rasgos inspirados en el manga y otras se vuelven más realistas, como la sorprendente pieza “Compartiendo calidez”, de Fukuda Tomoko, que representa un momento íntimo entre una anciana y su gato, ambos elaborados con delicadas texturas textiles. Hasta el 5 de julio el público podrá conocer desde antiguas figuras rituales como el katashiro (de papel o madera), el amagatsu (protectores), hasta muñecas contemporáneas y piezas de colección reconocidas internacionalmente. //



EL ARTE Y LA BELLEZA DE LAS PIEZAS SE MANIFIESTA EN SU VESTIMENTA, TÉCNICAS Y LA HISTORIA DETRÁS DE CADA UNA. EL PÚBLICO PODRÁ ENCONTRAR 67 MUÑECAS QUE REFLEJAN ESTE UNIVERSO.

Una exposición imperdible

La curaduría original de la muestra fue desarrollada por Hayashi Naoteru, del Japan Doll Culture Research Institute, y Mita Kakuyuki, del Tokyo National Museum, para la Fundación Japón. La adaptación curatorial y museográfica para su presentación en el Perú estuvo a cargo de Natalia Jaira del Águila, curadora de la Casa O'Higgins.

La exposición “NINGYŌ. Arte y belleza de las muñecas japonesas” podrá visitarse hasta el 5 de julio en la Sala Azul de la Casa O'Higgins, ubicada en el Centro Histórico de Lima. El ingreso es libre.

EN LA PARED DE LA SALA SE HA DISTRIBUIDO LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA A LA CUAL PERTENECEN LAS MUÑECAS. ESTILOS, FORMAS Y DETALLES ÚNICOS PODRÁN RECONOCERSE SEGÚN SU PROCEDENCIA.



♦ **Agenda cultural**

UN CLÁSICO REVISITADO

En versión musical y para toda la familia, “Cyrano de Bergerac” vuelve a Lima. Teatro La Plaza y el Centro Cultural de la Universidad de Lima presentan una nueva puesta en escena del clásico de Rostand.

El clásico “Cyrano de Bergerac” regresará a los escenarios limeños en una nueva versión musical dirigida por Fito Valles y coproducida por teatro La Plaza y el Centro Cultural de la Universidad de Lima. La puesta, pensada para disfrutar en familia, se presentará del 13 de junio al 4 de julio de 2026. La adaptación mantiene la esencia de la obra de Edmond Rostand, centrada en Cyrano, un brillante poeta y espadachín que, pese a su ingenio y valentía, enfrenta dificultades para expresar sus sentimientos hacia Roxana. A través del humor, la música en vivo y un lenguaje cercano, el montaje busca acercar este clásico a nuevas generaciones sin perder la profundidad de sus temas: el amor no correspondido, la identidad y la aceptación personal.

El elenco está conformado por Roni Ramírez en el papel de Cyrano, Macla Yamada como Roxana, Diego Pérez, Joaquín Escobar y Pedro Pablo Corpancho. Con apenas cinco actores, la propuesta recrea un universo de más de cincuenta personajes apelando a la imaginación, el juego teatral y una puesta en escena dinámica. Las funciones serán los sábados a las 11 a.m. y 4 p.m., en el Teatro del Centro Cultural de la Universidad de Lima, en Santiago de Surco. Las entradas ya están disponibles en preventa a través de Joinnus desde S/20.

LOS ACTORES RONI RAMÍREZ Y DIEGO PÉREZ INTERPRETAN A CYRANO DE BERGERAC Y CHRISTIAN DE NEUVILLETTÉ, RESPECTIVAMENTE.

UNIVERSIDAD DE LIMA

Test de Proust

“Solo miento cuando estoy en el escenario”

La actriz peruana vuelve al teatro La Plaza con las obras “Eureka Day” (desde mañana) y “El fantasma de la ópera” (desde el 13 de junio).

Anaí Padilla



YAYO LÓPEZ

¿Cuál es tu pasatiempo favorito?
Ir al gimnasio.

¿Qué sería, para ti, la felicidad perfecta?
Viajar por el mundo sin preocupaciones.

¿Cuál es el rasgo que más te define?
Mi sentido del humor.

¿Cuál consideras tu peor defecto?
Ser renegona.

¿Qué podría sumirte en la más profunda miseria?
No tener a mi perrita.

¿Cuál es tu mayor extravagancia?
Mi cabello.

¿Cuál es el peor defecto que otros pueden tener?
El peor defecto es no ser honesto.

¿Cuáles son las frases o palabras que utilizas con mayor frecuencia?
“¡¿Qué me estás contando?!”, “déjalo de ese tamaño”.

¿Cuál ha sido tu mayor logro?
Mi mayor logro es poder vivir haciendo lo que amo.*

¿En qué ocasiones mientes?
Cuando estoy en el escenario.

¿Cuándo y dónde has sido absolutamente feliz?
En Washington D.C., en 2023.

¿Cuál crees que ha sido tu mayor inversión?
Mi autocuidado y amor propio.

¿Qué objeto personal es el que más valor tiene para ti?
Un anillo que me regaló mi madre.

¿Cuál es la cualidad que más admiras en una persona?
Admiro que sea auténtica.

¿Cómo te gustaría morir?
Sin dolor.

Si murieras y se te permitiera volver convertida en otra persona o cosa, ¿qué crees que serías?
Una pantera.

¿Qué talento especial te gustaría tener?
Ser deportista olímpica.

¿Cuál es tu escritor favorito?
Chimamanda Ngozi Adichie. //

El Comercio

PRESENTA

LAS RECETAS DE **PISU**

Una colección de cuchillos profesionales en **acero inoxidable** con mangos **ergonómicos de madera Pakkawood** que brindan precisión, comodidad y estilo en cada corte.

14
ENTREGAS

PIACENZA
MARCA EXCLUSIVA

DISEÑO ESTILO DAMASCO

MADERA PAKKAWOOD

7MA ENTREGA

S/ **34.90**

CUCHILLO FILETEADOR
+ RECETARIO



SANTOKU



DEL CHEF



NAKIRI



DE PAN



TIJERAS



TRINCHANTE



DESHUESADOR



PARA VERDURAS



MULTIUSOS



PELADOR



TACOMA



AFILADOR



BOLSO PORTACUCHILLOS



¡Consiguelos en tu quiosco favorito o en nuestra web!

www.coleccioneselcomercio.pe

*Para adquirir las 14 entregas consistentes en: 10 cuchillos + 1 tijera + 1 afilador + 1 bolso portacuchillos + 1 tacoma, cada entrega viene con un recetario, deberá: 1) acercarse a su quiosco más cercano y/o, 2) ingresar a la página web Colecciones El Comercio (<http://www.coleccioneselcomercio.pe/>), y/o, 3) escribir al WhatsApp 988 070 096 / 922 957 466. La primera entrega "Cuchillo Santoku" tiene un costo de S/ 34.90, la entrega especial "Tacoma" tiene un costo de S/ 28.90, desde la segunda hasta la duodécima entrega tienen un costo de S/ 34.90 cada una, y la última entrega "Bolso Portacuchillos" tiene un costo de S/ 129.90. Stock de 6,000 unidades en promedio por entrega de la colección o hasta agotar stock. Válido a nivel nacional desde el 09 de abril hasta el 31 de julio de 2026.

El teatro tiene funciones para todos los gustos.

Comedias, musicales e historias en escena te esperan para vivir una noche diferente con tu suscripción a El Comercio.

**MAMMA
MIA!**

25%
dto.

en entradas en Joinnus

LA **BALLENA**

25%
dto.

en entradas en
Teleticket

TOC*TOC

25%
dto.

en entradas en Joinnus

LA **CASA** DE LAS
**NINAS
PECULIARES**

20%
dto.

en entradas en Joinnus

Marco Zunino
MI VIDA EN MUSICALES

20%
dto.

en entradas en
Teleticket

LAS AVES
ARISTÓFANES

20%
dto.

en entradas en
Ticketmaster



Nueva App Club El Comercio
Una app con mucho



Disfruta **más de 350 beneficios**
para usar y repetir cuando quieras.
Escanea el QR y idescárgala ya!

